

# EL TURISMO COMO UN INSTRUMENTO PARA LA PATRIMONIALIZACIÓN DE LOS BIENES Y MANIFESTACIONES CULTURALES DEL MUNICIPIO DE HONDA

**Alvelayis Nieto Mejía**

**ADVERTIMENT.** L'accés als continguts d'aquesta tesi doctoral i la seva utilització ha de respectar els drets de la persona autora. Pot ser utilitzada per a consulta o estudi personal, així com en activitats o materials d'investigació i docència en els termes establerts a l'art. 32 del Text Refós de la Llei de Propietat Intel·lectual (RDL 1/1996). Per altres utilitzacions es requereix l'autorització prèvia i expressa de la persona autora. En qualsevol cas, en la utilització dels seus continguts caldrà indicar de forma clara el nom i cognoms de la persona autora i el títol de la tesi doctoral. No s'autoritza la seva reproducció o altres formes d'explotació efectuades amb finalitats de lucre ni la seva comunicació pública des d'un lloc aliè al servei TDX. Tampoc s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant als continguts de la tesi com als seus resums i índexs.

**ADVERTENCIA.** El acceso a los contenidos de esta tesis doctoral y su utilización debe respetar los derechos de la persona autora. Puede ser utilizada para consulta o estudio personal, así como en actividades o materiales de investigación y docencia en los términos establecidos en el art. 32 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (RDL 1/1996). Para otros usos se requiere la autorización previa y expresa de la persona autora. En cualquier caso, en la utilización de sus contenidos se deberá indicar de forma clara el nombre y apellidos de la persona autora y el título de la tesis doctoral. No se autoriza su reproducción u otras formas de explotación efectuadas con fines lucrativos ni su comunicación pública desde un sitio ajeno al servicio TDR. Tampoco se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al contenido de la tesis como a sus resúmenes e índices.

**WARNING.** Access to the contents of this doctoral thesis and its use must respect the rights of the author. It can be used for reference or private study, as well as research and learning activities or materials in the terms established by the 32nd article of the Spanish Consolidated Copyright Act (RDL 1/1996). Express and previous authorization of the author is required for any other uses. In any case, when using its content, full name of the author and title of the thesis must be clearly indicated. Reproduction or other forms of for profit use or public communication from outside TDX service is not allowed. Presentation of its content in a window or frame external to TDX (framing) is not authorized either. These rights affect both the content of the thesis and its abstracts and indexes.



TESIS DOCTORAL

EL TURISMO COMO UN INSTRUMENTO PARA LA PATRIMONIALIZACIÓN DE LOS  
BIENES Y MANIFESTACIONES CULTURALES DEL MUNICIPIO DE HONDA.

Alvelayis Nieto Mejía

2023



TESIS DOCTORAL

EL TURISMO COMO UN INSTRUMENTO PARA LA PATRIMONIALIZACIÓN DE LOS  
BIENES Y MANIFESTACIONES CULTURALES DEL MUNICIPIO DE HONDA.

Alvelayis Nieto Mejía

2023

PROGRAMA DE DOCTORADO

CIENCIAS HUMANAS DEL PATRIMONIO Y DE LA CULTURA

Dirigida por:

Gemma Domènech Casadevall  
Saida Palou Rubio

Tutor:  
David Vivó Codina

Memoria presentada para optar al título de doctor por la Universitat de Girona



La Dra. Gemma Domènech Casadevall, de la Universidad de Girona,

DECLARA:

Que el trabajo titulado: El turismo como un instrumento para la patrimonialización de los bienes y manifestaciones culturales del municipio de Honda, que presenta Alvelayis Nieto Mejía, se ha realizado bajo mi dirección y cumple los requisitos para poder optar al título de doctor.

Y para que así conste y tenga efectos oportunos, firmo el presente documento.

Firma

Gemma Domènech Casadevall



*Dedicado a mi madre, quien ha sido la luz que orienta mi camino y quien me enseñó que todo lo que se propone se consigue.*

*A mi hija Laura Isabel, quien es fuente de inspiración y motor de vida.*

*A mi esposa Angela Juliet, compañera y soporte anímico en cada una de las actividades que deseo emprender.*

## **Agradecimientos**

Mis sinceros agradecimientos a mi directora de tesis Dra. Gemma Domènech Casadevall y a mi codirectora Dra. Saida Palou Rubio. Gracias por su compromiso y paciencia en la orientación de esta tesis. Todos sus aportes teóricos y metodológicos fueron fundamentales en mi proceso de formación doctoral y determinantes en la concreción de este trabajo investigativo. Al Dr. Alfredo Bernal Hidalgo quien me motivó a realizar los estudios doctorales y estuvo como soporte anímico durante todo el proceso. Agradezco a la comunidad del municipio de Honda, a los empresarios del sector turístico, a los operadores turísticos y autoridades institucionales, quienes con sus aportes contribuyeron a la realización de esta tesis. A mi madre, esposa e hija que me alentaron en las largas jornadas de trabajo.

## Tabla de contenido

Introducción .....	16
Capítulo I. Contexto geográfico e histórico del municipio de Honda.....	31
1.1 Generalidades del municipio de Honda Tolima .....	31
1.2 Reseña histórica del municipio de Honda .....	35
1.2.1 Época precolombina y conquista.....	35
1.2.2 Periodo colonial.....	38
1.2.3 Periodo republicano.....	42
1.2.4 Siglo XX.....	44
Capítulo II Contexto empírico del objeto de estudio .....	47
2 Turismo y patrimonio .....	47
2.1 Patrimonialización de los recursos culturales de Honda .....	50
Capítulo III. Contextualización del problema .....	62
3 Problema de investigación .....	62
3.1 Objetivos de la investigación.....	75
3.1.1 Objetivo general .....	75
3.1.2 Objetivos específicos.....	76
3.1.3 Hipótesis.....	77
Capítulo IV. Una mirada a los trabajos previos .....	79

4	Estado del arte.....	79
4.1	Aportes de las investigaciones revisadas en la presente tesis.....	107
Capítulo V. Un diálogo con los teóricos .....		110
5	Marco teórico.....	110
5.1	Planificación turística en los territorios.....	110
5.2	La planificación turística desde el paradigma de la sostenibilidad .....	117
5.3	La participación social en el desarrollo turístico de los territorios.....	123
5.4	El turismo como una forma de producción y comercialización del patrimonio.124	
5.5	Tensiones y conflictos asociados a los intereses del patrimonio.....	127
5.6	La legitimación política del patrimonio.....	132
5.7	Usos sociales del patrimonio .....	135
5.8	La patrimonialización como estrategia para la reconfiguración de los territorios turísticos	138
5.9	La legitimación del patrimonio cultural para el turismo .....	141
5.10	El patrimonio cultural como objeto de transacción.....	143
5.11	Turístificación de los bienes culturales .....	145
5.12	La gestión turística como estrategia de distracción.....	148
5.13	La gentrificación como consecuencia de la turístificación.....	151
Capítulo VI. Metodología .....		155
6	Estructura metodológica .....	155

6.1	La etnografía como campo de acción y reflexión: contactos previos con los informantes.	157
6.2	Primera estadía etnográfica .....	159
6.3	Segunda estadía etnográfica .....	171
6.4	Tercera estadía etnográfica.....	180
Capítulo VII. Resultados: análisis de la información.....		185
7	Sistematización y análisis de los resultados a partir de las entrevistas.....	185
7.1	Análisis de las entrevistas realizadas a la directora de Cultura y Turismo y al académico e historiador del municipio de Honda .....	187
7.2	Entrevista realizada a los operadores y empresarios del sector turístico y hotelero del municipio de Honda .....	196
7.3	Entrevistas realizadas a los habitantes del municipio de Honda .....	207
Capítulo VIII. Discusión .....		213
8	Discusión de los resultados a partir de las entrevistas .....	213
8.1	Las formas de poder en el proceso de patrimonialización y las tensiones derivadas de los intereses particulares.....	213
8.1.1	Patrimonialización y turistificación desde las dinámicas comerciales y mercantiles	225
8.1.2	Patrimonialización y turistificación: consecuencias en las comunidades y el territorio	237
Capítulo IX. Reflexiones finales .....		245

9	La patrimonialización turística: una cuestión de intereses.....	245
9.1	Del turismo, el patrimonio y la legitimación del poder .....	251
9.2	Tensiones y conflictos asociados al patrimonio y el turismo .....	253
	Conclusiones .....	259
	Referencias .....	271
	Anexos.....	286

### Índice de Tablas

Tabla 1	Tipología de los informantes.....	159
---------	-----------------------------------	-----

### Índice de Figuras

<b>Figura 1</b>	Mapa de ubicación geográfica del municipio de Honda en el departamento del Tolima. .....	31
<b>Figura 2</b>	Vista periférica del municipio de Honda y el río Magdalena.....	32
<b>Figura 3</b>	Grupos indígenas asentados en la ribera del río Magdalena durante el siglo XVI.....	36
<b>Figura 4</b>	Estructura urbana a finales del siglo XVIII. ....	41
<b>Figura 5</b>	Bodegas y casas de habitación a finales del siglo XVI. ....	42
<b>Figura 6</b>	Champan del río Magdalena .....	43
<b>Figura 7</b>	Barco a vapor sobre el Magdalena.....	45
<b>Figura 8</b>	Museo del río Magdalena. ....	52

<b>Figura 9</b> Plaza municipal de mercado. ....	53
<b>Figura 10</b> Catedral de Nuestra señora del Rosario. Honda Tolima.....	54
<b>Figura 11</b> Puente Navarro. Honda Tolima .....	55
<b>Figura 12</b> Plazoleta del centro histórico. Honda Tolima.....	57
<b>Figura 13</b> Museo Alfonso López Pumarejo. Honda Tolima .....	58
<b>Figura 14</b> Monumento al pescador. Honda Tolima .....	59
<b>Figura 15</b> La Magdalena Fest. Honda Tolima .....	59
<b>Figura 16</b> Carnaval de la Subienda. Honda Tolima .....	60
<b>Figura 17</b> Interior de la casa museo del expresidente Alfonso López Pumarejo. ....	64
<b>Figura 18</b> Artesano pescador. Honda Tolima .....	68
<b>Figura 19</b> Catedral de Nuestra señora del Rosario.....	70
<b>Figura 20</b> Plaza de mercado. Honda Tolima.....	72
<b>Figura 21</b> Interacción turismo, patrimonio y territorio .....	126
<b>Figura 22</b> Proceso de patrimonialización en los territorios.....	143
<b>Figura 23</b> Proceso de turistificación en los territorios .....	150
<b>Figura 24</b> Hotel Casa Belle Epoque.....	173
<b>Figura 25</b> Actividades de pesca tradicional. ....	180
<b>Figura 26</b> Turistas disfrutando del Río Magdalena.....	184
<b>Figura 27</b> Publicidad turística. ....	214
<b>Figura 28</b> Antigua estación del tren. ....	217
<b>Figura 29</b> Interior del museo del río Magdalena.....	219
<b>Figura 30</b> Calle del centro histórico. ....	221
<b>Figura 31</b> Construcción histórica en deterioro. ....	227
<b>Figura 32</b> Comercio informal en el centro histórico. ....	229

<b>Figura 33</b> Restaurante internacional.....	233
<b>Figura 34</b> Vivienda del centro histórico deteriorada.....	235
<b>Figura 35</b> Canoas para la pesca artesanal en el Rio Magdalena. ....	240
<b>Figura 36</b> Vivienda privada de descanso. ....	243
<b>Figura 37</b> Hotel las Trampas. Honda Tolima.....	248
<b>Figura 38</b> Restaurante Bar. Honda Tolima .....	252
<b>Figura 39</b> Pescador Artesano. Honda Tolima .....	255
<b>Figura 40</b> Turistas en temporada de vacaciones. Honda Tolima .....	258



## **Resumen**

Esta investigación parte del problema de que el proceso de patrimonialización turística y cultural del municipio de Honda fue gestado y desarrollado por los poderes políticos y económicos locales, quienes instrumentalizaron la comunidad y sus bienes culturales con propósitos mercantilistas para su apropiación y beneficio mimetizando sus intereses en productos turísticos de connotaciones culturales, como una estrategia para mantener su hegemonía y dominio territorial. Como estrategia se acudió al discurso de la conservación y la reivindicación de la identidad cultural, de igual manera, el proceso de patrimonialización que se ha gestado en el municipio de Honda Colombia hace parte de un ejercicio de exclusión premeditado, con la intención de invisibilizar las formas culturales de los marginados, los cuales han ejercido resistencia a los poderes políticos regionales que hegemonícamente los han dominado y a los cuales permanentemente les han exigido cambios significativos en las estructuras sociales y en las relaciones de poder preexistentes.

Así entonces, se parte de varios interrogantes como: ¿Quiénes son los verdaderos beneficiados con estos procesos de patrimonialización? ¿Por qué surgen relaciones y alianzas entre lo público y lo privado tanto en la patrimonialización como en la turistificación? ¿por qué determinados bienes y manifestaciones son seleccionados y otros son excluidos? ¿Cuál es el nivel de participación e injerencia por parte de los actores locales? ¿Por qué posterior a la patrimonialización se manifiesta la turistificación?

El objetivo general de la investigación pretendió analizar el proceso de patrimonialización que se ha gestado en el municipio de Honda en los últimos años, a partir del uso de

determinados bienes y manifestaciones culturales y en el marco de los intereses del mercado turístico.

Como objetivos específicos se planteó: 1. Identificar a los distintos actores que se ven implicados en los procesos de patrimonialización turística analizando el conjunto de relaciones y tensiones suscitadas a partir de los intereses de cada sector en relación con los beneficios del turismo. 2. Conocer las dinámicas comerciales y mercantiles que son motivadas y llevadas a cabo por la actividad turística en el territorio dando lugar a la turistificación del destino una vez ha sido objeto de patrimonialización. 3. Analizar las consecuencias derivadas de los procesos de patrimonialización y turistificación en las comunidades y el territorio.

Para desarrollar esta investigación se propuso un diseño metodológico basado en el enfoque cualitativo, el cual estuvo fundamentado en un paradigma sociocrítico. El método que orientó la investigación fue la etnografía y las técnicas de investigación que se utilizaron para obtener la información fueron la observación y la entrevista semiestructurada.

Entre los principales hallazgos de esta investigación se encuentra que la patrimonialización en el municipio de Honda es un proceso que ha sido gestado por el aparato empresarial, político e institucional, a partir del avasallamiento de las políticas públicas con fines comerciales y mercantiles. La patrimonialización y su respectiva gestión es utilizada como un instrumento geopolítico en relación a los intereses que surgen en el territorio, evidenciando que, en el contexto de Honda, los marcos normativos de gestión patrimonial se encuentran subordinados a los poderes locales mimetizados en el discurso de la democratización de lo público, los cuales, materializan iniciativas excluyentes principalmente de los considerados marginados: indígenas, afrodescendientes, inmigrantes y campesinos.

Como conclusión general se propone que la patrimonialización esta articulada a los intereses económicos y a los poderes hegemónicos de orden regional, que buscan potenciar los recursos

culturales de los territorios en función de movilizar capitales y rentas para la consolidación de estructuras comerciales, turísticas e inmobiliarias. Todo este despliegue se realiza amparado en poderosas herramientas discursivas patrimoniales de la conservación, la protección y el afianzamiento de la identidad común de los locales.

## **Resum**

Aquesta investigació parteix del problema que el procés de patrimonialització turística i cultural del municipi d'Honda va ser gestat i desenvolupat pels poders polítics i econòmics locals, que van instrumentalitzar la comunitat i els seus béns culturals amb propòsits mercantilistes per a la seva apropiació i benefici mimetitzant els seus interessos en productes turístics de connotacions culturals, com una estratègia per mantenir la seva hegemonia i el domini territorial. Com a estratègia es va recórrer al discurs de la conservació i la reivindicació de la identitat cultural, així mateix, el procés de patrimonialització que s'ha gestat al municipi d'Honda Colòmbia fa part d'un exercici d'exclusió premeditat, amb la intenció d'invisibilitzar les formes culturals dels marginats, els quals han exercit resistència als poders polítics regionals que hegemonícamment els han dominat i als quals els han exigit permanentment canvis significatius en les estructures socials i en les relacions de poder preexistents.

Així, doncs, es parteix de diversos interrogants com: Qui són els veritables beneficiats en aquest processos de patrimonialització? Per què sorgeixen relacions i aliances entre allò públic i allò privat tant en la patrimonialització com en la turistificació? Per què determinats béns i manifestacions són seleccionats i altres són exclosos? Quin és el nivell de participació i ingerència per part dels actors locals? Per què posterior a la patrimonialització es manifesta la turistificació?

L'objectiu general de la investigació és analitzar el procés de patrimonialització que s'ha gestat al municipi d'Honda a partir dels seus béns i manifestacions culturals, en el context de les dinàmiques polítiques i econòmiques en què s'han privilegiat els interessos del mercat turístic . Com a objectius específics es va plantejar: 1. Identificar els diferents actors que es veuen implicats en els processos de patrimonialització turística i analitzar el conjunt de relacions i tensions suscitées a partir dels interessos de cada sector en relació amb els beneficis del turisme. Conèixer les dinàmiques comercials i mercantils que són motivades i dutes a terme per l'activitat turística al territori donant lloc a la turistificació de la destinació una vegada ha estat objecte de patrimonialització. 3. Analitzar les conseqüències derivades dels processos de patrimonialització i turistificació a les comunitats i el territori.

Per desenvolupar aquesta recerca es va proposar un disseny metodològic basat en l'enfocament qualitatiu, el qual va estar fonamentat en un paradigma sociocrític. El mètode que va orientar la investigació va ser l'etnografia i les tècniques de recerca que es van fer servir per obtenir la informació van ser l'observació i l'entrevista semiestructurada.

Entre les principals troballes d'aquesta investigació hi ha que la patrimonialització al municipi d'Honda és un procés que ha estat gestat per l'aparell empresarial, polític i institucional, a partir de l'avassallament de les polítiques públiques amb finalitats comercials i mercantils. La patrimonialització i la seva respectiva gestió és utilitzada com un instrument geopolític en relació amb els interessos que sorgeixen al territori, evidenciant que, en el context d'Honda, els marcs normatius de gestió patrimonial es troben subordinats als poders locals mimetitzats en el discurs de la democratització del públic, els quals, materialitzen iniciatives excloents principalment dels considerats marginats: indígenes, afrodescendents, immigrants i camperols.

Com a conclusió general, es proposa que la patrimonialització està articulada als interessos econòmics i als poders hegemònics d'ordre regional, que busquen potenciar els recursos culturals dels territoris en funció de mobilitzar capitals i rendes per consolidar estructures comercials, turístiques i immobiliàries. Tot aquest desplegament es fa emparat en poderoses eines discursives patrimonials de la conservació, la protecció i l'afermament de la identitat comuna dels locals.

### **Abstract**

This investigation is based on the problem that the process of tourist and cultural patrimonialization of the municipality of Honda was gestated and developed by the local political and economic powers, who instrumentalized the community and its cultural assets for mercantilist purposes for their appropriation and benefit, camouflaging their interests in tourist products with cultural connotations, as a strategy to maintain their hegemony and territorial dominance. As a sophistry of distraction, the discourse of conservation and the claim of cultural identity was used, in the same way, the patrimonialization process that has been developed in the municipality of Honda is part of a premeditated exercise of exclusion, with the intention of making invisible the cultural forms of the marginalized, who have exerted resistance to the regional political powers that have dominated them hegemonically and from whom they have permanently demanded significant changes in the social structures and pre-existing power relations.

So then, it is based on several questions such as: Who are the true beneficiaries of these patrimonialization processes? Why do relationships and alliances arise between the public and the private, both in patrimonialization and in touristification? Why are certain goods and manifestations selected and others are excluded? What is the level of participation and interference by local actors? Why does touristification manifest itself after patrimonialization?

The general objective of the research was to analyze the patrimonialization process that has been developed in the municipality of Honda from its assets and cultural manifestations, in the context of political and economic dynamics in which the interests of the tourist market have been privileged. . As specific objectives, the following were proposed: 1. Identify the different actors that are involved in the processes of tourist patrimonialization, analyzing the set of relationships and tensions arising from the interests of each sector in relation to the benefits of tourism. 2. Know the commercial and mercantile dynamics that are motivated and carried out by the tourist activity in the territory giving rise to the touristification of the destination once it has been the object of patrimonialization. 3. Analyze the consequences derived from the processes of patrimonialization and touristification in the communities and the territory.

To develop this research, a methodological design based on the qualitative approach was proposed, which was based on a socio-critical paradigm. The method that guided the research was ethnography and the research techniques that were used to obtain the information were observation and the semi-structured interview.

Among the main findings of this research is that patrimonialization in the municipality of Honda is a process that has been created by the business, political and institutional apparatus, from the subjugation of public policies for commercial and mercantile purposes. The patrimonialization and its respective management is used as a geopolitical instrument in relation to the interests that arise in the territory, evidencing that, in the context of Honda, the normative frameworks of patrimonial management are subordinated to the local powers camouflaged in the discourse of the democratization of the public, which materialize initiatives that exclude mainly those considered marginalized: indigenous people, Afro-descendants, immigrants and peasants.

As a general conclusion, it is proposed that patrimonialization is articulated to economic interests and regional hegemonic powers, which seek to enhance the cultural resources of the

territories to mobilize capital and income for the consolidation of commercial, tourist and real estate structures. All this deployment is carried out under the protection of powerful heritage discursive tools for the conservation, protection and consolidation of the common identity of the locals.

## Introducción

La planificación turística es una de las vías para que las comunidades puedan alcanzar un nivel de desarrollo que conlleve a la prosperidad económica y social a partir del aprovechamiento de sus recursos naturales y culturales. Lo cierto es que el turismo no opera de manera independiente, pues necesita poner en marcha el engranaje del sistema turístico, en el que todos los actores de manera participativa definen las políticas para desarrollar un turismo que responda a las necesidades complejas de cada territorio. Desde la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible (1995) se hablaba de la necesidad de integrar los principios de la sostenibilidad en todo proceso de planificación turística, para garantizar la conservación de los activos naturales y culturales de las comunidades

De esa manera, se instauró un discurso casi instituido respecto al turismo sostenible como modelo de desarrollo, que logra la transformación del territorio y la comunidad en la medida que se logre el equilibrio en los componentes: ambiental, económico, social y cultural (Cabezas y Leal, 2021). Un estado ideal en el que se persigue la redistribución equitativa de sus ingresos, la generación de empleo de calidad, la conservación del medio ambiente y la reivindicación y conservación de las culturas locales. Un modelo de turismo participativo, orientado al ciudadano mutuo y a la superación de problemáticas comunes, en el que se antepongan las necesidades de las comunidades por encima de las utilidades empresariales.

La planificación turística desde un modelo sostenible también debe concebirse como un instrumento de regulación y vigilancia frente a todos los actores vinculados en su proceso de gestión, para que se evalúen y tomen correctivos respecto a los impactos que se deriven de su actividad. De esa manera para Zepeda (2020) todos los territorios son realidades distintas, son



entidades vivas desde sus dinámicas sociales; por lo cual, cambian, se transforman y mutan de manera permanente. En el discurso de la sostenibilidad, el turismo se ha abanderado de la conservación y protección del patrimonio cultural cuyo producto recultante fue el turismo cultural, no obstante, la activación patrimonial por medio del turismo, reconfigura el territorio en la material y simbólico.

El presente estudio se interesó en comprender cómo la patrimonialización es un esfuerzo común para transformar algo relevante de una comunidad en patrimonio, el cual es legitimado desde el mutuo acuerdo de valorización que otorgan las comunidades desde sus representaciones, en relación a su identidad y herencia cultural para garantizar su continuidad. En esa vía, el turismo se presenta como una estrategia en torno a la valoración, conservación y divulgación cultural atendiendo el discurso internacional de la sostenibilidad cultural de los territorios Ramón (2022). El patrimonio ha dejado de ser una carga económica para algunas administraciones locales, pues ahora, a partir de su activación turística genera importantes rendimientos económicos para los que intervienen en su proceso.

Este trabajo buscó comprender por qué los procesos de patrimonialización se subordinan a las lógicas del mercado turístico haciendo del patrimonio una suerte de mercancía cultural, pues desde la conservación patrimonial, se ponen en marcha aparatos comerciales para crear y adaptar nuevos escenarios que atiendan la demanda del mercado turístico cultural. Para Prats (1998) la patrimonialización es ante todo institucional, pues son los marcos normativos y jurídicos los que se instrumentalizan en favor de los poderes locales que de manera selectiva definen qué debe ser reivindicado, utilizado o apartado.

La investigación propuesta para optar al título de Doctor en Ciencias Humanas del patrimonio y de la Cultura de la Universidad de Girona, buscó comprender a partir de la triada turismo, patrimonio y territorio, las relaciones y dinámicas que se gestan en torno a la gestión

turística y patrimonial, a partir de la cual, se manifiestan intereses de sectores hegemónicos que buscan influir y ser determinantes en lo que debe ser puesto en valor, reconocido y legitimado, a expensas de excluir la voz, la identidad y la representación de quienes históricamente han permanecido invisibilizados y marginados por sectores dominantes del municipio. En ese sentido, el objetivo que orientó esta tesis doctoral fue: Analizar los procesos de patrimonialización que se han gestado en el municipio de Honda a partir de sus bienes y manifestaciones culturales, en el contexto de las dinámicas políticas y económicas en los cuales se han privilegiado los intereses del mercado turístico.

Lo anterior supuso identificar a los distintos actores que se ven implicados en los procesos de patrimonialización turística analizando el conjunto de relaciones y tensiones suscitadas a partir de los intereses de cada sector en relación con los beneficios del turismo. Desde esa óptica, todo proceso de gestión o planificación turística será foco de tensiones y resistencias, frente a los intereses de los distintos actores, pues usualmente van en contravía, los intereses de los poderes locales respecto a los intereses de los ciudadanos. Esto coincidiendo con Suremain (2017) puesto que, en muchos casos, el poder político y el poder económico suelen tener intereses que coinciden en formas de rentabilidad que les permite mantener sus hegemonías. En algunos procesos de patrimonialización, son los poderes dominantes los que definen qué debe ser recordado y qué debe ser olvidado. De ahí la importancia del turismo como un vector que reproduce el discurso de la valoración y la reivindicación cultural; un activador de la recuperación patrimonial que instrumentaliza las políticas públicas y los marcos normativos, como plataforma para impulsar importantes inversiones en infraestructura y planta turística Prats (2015).

Así mismo, este trabajo buscó conocer las dinámicas comerciales y mercantiles que son motivadas y llevadas a cabo por la actividad turística en el territorio, dando lugar a la turistificación del destino una vez ha sido objeto de patrimonialización. De esa manera, el patrimonio es

transformado en un recurso turístico, el cual es reducido a objeto de transacción por agentes públicos y privados que buscan incorporarlo en el mercado turístico con propósitos mercantiles. Es preciso advertir que la sola presencia del bien o manifestación cultural no significa que sea un activo de uso inmediato para el turismo, pues su activación se dará en la medida que obtenga una declaratoria o reconocimiento desde los poderes políticos y económicos (Hiernaux y González, 2014). El patrimonio a partir del turismo tiene un valor de uso, pues opera en las lógicas del mercado globalizado, a partir de la generación de rentas producto de las inversiones de los empresarios y comerciantes.

Es posible que la patrimonialización de Honda haya conducido hacia la turistificación del destino, a partir de la espectacularización de sus recursos culturales para comercializarlos como objeto de consumo, utilizando el discurso de la conservación, protección y divulgación del patrimonio cultural hondano. En efecto, para Ragozino (2016) el objetivo de la patrimonialización es la construcción de un escenario cultural para el consumo; es la transformación urbana para la competitividad sectorial de la dinámica capitalista, la cual se desarrolla en la medida que el viaje se transforma en una necesidad social contemporánea que sirve de mecanismo de escape de la sociedad de la monotonía y los actos repetitivos.

Algunos procesos de patrimonialización tienen un propósito mercantil adaptando y readaptando destinos para movilizar viajeros con capacidad de gasto dispuestos a consumir productos turísticos diseñados en el contexto de las prácticas culturales (Díaz y Jover, 2019). El desarrollo turístico de Honda supuso importantes inversiones económicas en planta turística y adecuación del destino particularmente bienes de interés cultural. Así mismo, supuso adaptar los marcos normativos y jurídicos en función de la activación patrimonial, los cuales, de cualquier forma, fueron determinantes en las inversiones turísticas. Desde esa perspectiva, el turismo cultural que se gestó en el destino habrá de garantizar el retorno de inversión.

De igual manera, este estudio pretende dar una mirada a las consecuencias derivadas de los procesos de patrimonialización y turistificación en las comunidades y cómo estas generan transformaciones a nivel social, cultural, económico y espacial. Es posible que este análisis profundo muestre que los procesos de patrimonialización se deben concebir desde la comunidad y para la comunidad, un ejercicio de democracia participativa en donde se prioricen los intereses generales garantizando transparencia y equilibrio con capacidad de adaptación a las circunstancias cambiantes de los territorios complejos. Menciona Prat (2020) que todo proceso de patrimonialización es susceptible de tensiones y conflictos, pues se suelen gestar desde modelos tradicionales jerárquicos de índole vertical amparados por las estructuras de poder local, que los desarrollan según sean sus necesidades.

Así mismo, este trabajo pretendió analizar el rol que ha tenido la comunidad en el proceso de patrimonialización, su participación y los conflictos que de ese proceso se han generado. Se buscó entender la naturaleza conflictiva del turismo, para determinar de qué manera las problemáticas han sido consensuadas o negociadas con las estructuras políticas de dominación institucional y con las estructuras económicas empresariales. Saber la razón por la cual, las políticas públicas para la planificación del turismo en el modelo de gobernanza de bienestar han dado un giro hacia un modelo de bienestar corporativo, que privilegia la inversión privada avasallando políticas públicas para optimizar el retorno de inversión.

Es importante mencionar que el tema de investigación de esta tesis de doctorado surge a partir del desarrollo de la investigación en el marco de la maestría en Estudios Sociales que llevé a cabo entre los años de 2014 a 2016 en la provincia norte del departamento del Tolima, la cual está constituida por los municipios de Armero, Mariquita, Fresno, Falan, Palocabildo, Ambalema y Honda. El proyecto de investigación versó en torno al turismo y la patrimonialización de los bienes culturales del norte del Tolima, una forma de valoración, divulgación y educación cultural. El

ejercicio investigativo me permitió conocer de manera amplia el funcionamiento del sistema turístico, a la vez que me posibilitó la interacción con actores determinantes en la gestión turística y cultural como: alcaldías municipales (Gobernanza), empresarios del sector hotelero, turístico y gastronómico, prestadores de servicios turísticos, gestores culturales y comunidad en general.

Realizando la caracterización de los atractivos culturales en los municipios me llamó bastante la atención el caso particular del municipio de Honda, pues en este lugar en especial pude percibir que los atractivos turísticos de orden patrimonial estaban fuertemente influenciados, gestionados y usufructuados por empresarios reconocidos de la región, los cuales también tienen una influencia política de conocimiento público pues han ocupado cargos en la administración departamental y municipal. No obstante, evidencié la intervención de bienes y manifestaciones patrimoniales de manera selectiva y en polos de desarrollo turístico específicos en relación con los intereses económicos de estos empresarios en torno a restaurantes, hoteles, bares y lugares de entretenimiento orientados casi que exclusivamente a los turistas. No obstante, otros bienes culturales que hacen presencia en el territorio y que se encuentran en la periferia o apartados del casco histórico no tienen intervención o no han pasado por procesos de restauración evidenciando su deterioro.

De la misma manera, cuando se requirió entrar en contacto con algunos informantes de la comunidad, pude evidenciar un fuerte descontento respecto a que consideraban que los beneficios derivados del turismo no se los quedaban los habitantes, sino que expresamente eran de los empresarios y en palabras de ellos, mencionaban que solo se quedaban con los problemas generados por la actividad y con los trabajos paupérrimos y mal remunerados que ofrecían. Así entonces, estas situaciones que evidencié en el desarrollo del trabajo de campo de la maestría me impulsaron a plantear una investigación que realizará un análisis a esas problemáticas que pude percibir y que me generaron el interés para que se plantearan en esta tesis.

El primer capítulo de esta tesis aborda la contextualización geográfica e histórica del municipio de Honda permitiendo comprender al lector acerca de sus generalidades políticas, administrativas, climáticas, poblacionales, etc. Permite adentrarse en una reseña histórica para conocer los grupos humanos que habitaron el territorio antes de la conquista; posteriormente analizar cómo se vivió el periodo de colonial, el periodo republicano, el siglo XX y algunos hitos contemporáneos.

El segundo capítulo presenta el contexto empírico del objeto de estudio de esta tesis, desde allí se muestran algunas características relevantes del territorio que sirven para comprender desde donde se situó el investigador; así como una contextualización turística y cultural. Se abordan los dos antecedentes de desarrollo turístico del municipio; el primero en las décadas del setenta y el ochenta, en donde se consolida con una oferta de balneario y entretenimiento y el segundo antecedente hacia el año 2010 cuando el municipio ingresa a la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia, constituyéndose en un destino de turismo cultural hasta el día de hoy. En este capítulo se podrá comprender de qué manera las políticas públicas influyen directamente en el proceso de patrimonialización de Honda y como una vez que ha superado ese proceso queda subordinada en términos políticos y administrativos al poder central.

Se presentan los sitios patrimoniales más importantes que han sido integrados en el proceso de patrimonialización turística; se evidencia cómo fue su selección de los atractivos a patrimonializar y que agentes externos e internos intervinieron en el proceso. En esa vía, se muestra que el proceso de patrimonialización de Honda resultó conflictivo y generó resistencias por parte de gestores culturales y comunidad en general que se vio apartada y marginada del proceso. De igual manera, se puede comprender cómo el proceso de patrimonialización de Honda derivó en actividades comerciales y mercantiles que beneficiaron a unos pocos a partir del diseño de productos turísticos, construcción de infraestructura turística y estrategias de marketing.

En el tercer capítulo se presenta la contextualización del problema desde diversos ángulos y actores, inicialmente se plantea la urgencia de sectores económicos y políticos en lograr declaratorias patrimoniales con propósitos mercantilistas desde las prácticas turísticas evidenciando un proceso selectivo, en donde posiblemente ciertos patrimonios son reivindicados y otros son invisibilizados. De cualquier forma, selecciones arbitrarias desde las lógicas del consumo que están determinadas por relaciones de poder en donde se instrumentalizan las comunidades y sus bienes culturales.

Algunas tensiones y conflictos que se han generado en el municipio de Honda se derivan del proceso de patrimonialización y su articulación con los poderes locales, que han pretendido excluir formas culturales de los marginados (campesinos, indígenas y afrodescendientes), quienes históricamente han hecho resistencia los poderes hegemónicos. Por otro lado, una narrativa instituida que reivindica lo monumental, lo arquitectónico e histórico del pasado colonial.

El patrimonio en algunos territorios es tomado como un valor de uso distante de lo cultural y más cercano a lo económico, se instrumentaliza desde el discurso de la valoración y conservación en la construcción de nuevos significados culturales, en la mayoría de los casos artificiales y teatralizados pensado para un turismo de masas, lo cual deriva en conflictos con los locales, en la medida que se construye un capitalismo turístico que desarticula las relaciones sociales y la apropiación simbólica del patrimonio por parte de la comunidad, instaurando una territorialización turística para delimitar el control de ciertos recursos culturales como estrategia de dominación del territorio (Castillo y Alfonso, 2017).

Es muy posible que la patrimonialización turística presentada en el municipio de Honda haya conducido a un proceso de turistificación, en el cual, es difícil distinguir si lo que se pretende es reivindicar y valorar los valores culturales locales, o quizás sea una turistificación con propósitos

comerciales. Esto puede llegar a generar cuestionamientos como: ¿por qué determinados bienes y manifestaciones son seleccionados para procesos de patrimonialización por parte de instituciones del estado? ¿Cuáles son los criterios de selección que tienen las instituciones para procesos de patrimonialización? ¿Cuál es el nivel de participación e injerencia por parte de los actores locales? ¿Qué tipo de beneficios y repercusiones percibe la población local? ¿Por qué posterior a la patrimonialización se manifiesta la turistificación? ¿Quiénes son los verdaderos beneficiados con estos procesos? ¿Por qué surgen relaciones y alianzas entre lo público y lo privado tanto en la patrimonialización como en la turistificación?

El cuarto capítulo presenta el estado del arte de la investigación, el cual pretendió realizar una indagación exhaustiva respecto a investigaciones previas sobre patrimonialización turística y el nivel de influencia de los poderes políticos y económicos locales. Un ejercicio hermenéutico para comprender los procesos y sus repercusiones en los diversos ámbitos del territorio. El rastreo bibliográfico se realizó inicialmente en el contexto local para encontrar las experiencias más próximas al territorio objeto de estudio en esta tesis, de cualquier forma, un rastreo de adentro hacia afuera, para posteriormente llevarlo al ámbito, regional, nacional e internacional buscando encontrar discusiones similares, miradas multipolares, conceptos, teorías y metodologías que pudieran realizar aportes para la comprensión del fenómeno de estudio. Esto supuso un ejercicio metódico de indagación, selección y procesamiento de información, para establecer la relación entre el turismo, el patrimonio y sus formas de resistencia.

La búsqueda documental pretendió en todo momento mantener la rigurosidad, por lo cual, estuvo orientada por tres parámetros fundamentales. El primero tomó en consideración el abordaje teórico de la investigación, en relación a la patrimonialización como objeto de investigación; el segundo, identificar el nivel de influencia de los organismos político-administrativos en la gestión cultural y si se identificaban iniciativas comerciales a partir del patrimonio cultural, y el tercer



parámetro, identificar el nivel de involucramiento de los poderes económicos locales respecto al patrimonio cultural. Es de mencionar que la búsqueda de las fuentes documentales para la construcción del estado del arte estuvo orientada de manera constante desde un enfoque constructivista, como una forma de construir conocimientos propios para vincularlos en el contexto geográfico de la presente investigación.

El resultado de esta búsqueda fueron quince investigaciones que corresponden con los criterios de búsqueda que fueron definidos en el proceso de indagación. Las investigaciones seleccionadas se enmarcan en diversos campos de conocimiento como lo son: antropología, sociología, geografía, economía social, urbanismo, entre otros. Es de anotar que, el objeto de análisis se centra en el contexto colombiano a partir de diez investigaciones y se contrasta con cinco investigaciones en el contexto internacional así: México, Perú, Argentina y España.

El quinto capítulo presenta el constructo teórico, el cual se elaboró con el propósito de presentar las diversas teorías que se han desarrollado en relación al objeto de estudio y el problema planteado. El marco teórico contribuyó en la triangulación de la información y el respectivo análisis permitiendo no desviarse en los aportes al nuevo conocimiento. Permitió asumir una postura epistemológica en relación a la teoría consultada posibilitando a la vez asumir la postura propia respecto a la teoría aportada Mendoza (2019).

Un elemento importante es que el marco teórico acá planteado orientó la investigación definiendo un norte claro y evitando las desviaciones respecto al planteamiento inicial. Permitió comprender como ha sido abordada la patrimonialización turística, cómo han sido tratados los distintos problemas en diferentes contextos y los métodos utilizados en la consecución de la información.

Las teorías abordadas permitieron situarme en un contexto sociocultural complejo como el del municipio de Honda, con la posibilidad de realizar una descripción lo más precisa posible del fenómeno observado, para lograr establecer relaciones desde la experiencia vivida, en la interacción con los sujetos de estudio logrando un respaldo científico a la tesis planteada, a partir de procedimientos empíricos que fueron ya probados por otros investigadores.

Finalmente, el marco teórico contribuyó con la clarificación en la formulación de las hipótesis planteadas y de igual manera, permitió definir nuevas líneas de estudio para próximas investigaciones. Las cuatro categorías de análisis que componen el marco teórico son: planificación turística territorial, turismo cultural, patrimonialización y turistificación.

El sexto capítulo presenta la estructura metodológica de la investigación. Se asumió el enfoque cualitativo de acuerdo con Salgado (2007) teniendo en cuenta la interacción y el diálogo con las personas en el escenario social y cultural desde la experiencia vivida, la reflexión y argumentación en relación a la patrimonialización turística del municipio de Honda. Su abordaje se direccionó desde el paradigma sociocrítico según (Díaz y Pinto, 2017) para analizar el fenómeno de estudio en relación con los sujetos y así comprender sus realidades desde el contexto en el que se encuentren situados para solucionar problemas y propiciar cambios. De esa manera, la reflexión se centró desde las relaciones de poder y su influencia en el proceso de patrimonialización de Honda, las tensiones y conflictos que de ello se derivan y las repercusiones de orden social, económico y cultural.

Esta investigación asumió como método de investigación la etnografía de acuerdo con Guber (2011), la cual posibilitó la búsqueda del significado que le dan las personas a la patrimonialización turística de Honda, desde una posición holística y naturalista intentando encontrar una visión general de los hechos que motivaron la investigación. El trabajo de campo es fundamental para el etnógrafo que desde sus observaciones subjetivas vigila que su objeto de

estudio sea interpretado en razón a sus presupuestos teóricos, los objetivos del trabajo y la metodología propuesta. Las relaciones, observaciones e interpretaciones permitieron situarme como investigador, para poder establecer los acercamientos con los informantes, quienes posteriormente fueron clasificados en cinco tipologías así: 1. políticos de la administración pública, 2) académico e historiador del municipio, 3) operadores turísticos, 4) empresarios y comerciantes y 5) habitantes del municipio.

Así mismo, se relatan las tres estadias etnográficas, los cuales son tres momentos de campo distintos, en los cuales se levantó la información de acuerdo con los requerimientos de los objetivos específicos. Allí se detalla cada técnica de investigación y los instrumentos de recolección utilizados, de igual manera, se realiza una descripción de los informantes, el ejercicio de observaciones y las apreciaciones generales del investigador.

La primera estadia etnográfica se realizó del 12 al 19 de enero del año 2021, con el propósito de entrevistar a los agentes gubernamentales y a los empresarios del sector turístico.

La segunda estadia etnográfica se realizó del 24 al 31 de marzo del año 2021, para entrevistar los operadores turísticos del municipio y al historiador local.

La tercera estadia etnográfica se realizó del 19 al 26 de septiembre del año 2021, esta inmersión en el territorio tuvo como propósito caminar y conocer los rincones del municipio, en especial aquellos que se encuentran fuera del centro histórico y de los lugares de interés de los que se informa a los turistas. En esta estadia se entrevistaron a algunos habitantes del municipio.

El séptimo capítulo de la investigación presenta los resultados y el análisis de la información. Producto de los diferentes momentos del trabajo de campo se logró un cumulo importante de información; en primera medida, la obtenida desde el rol de observador y en segunda medida, la obtenida a partir de las entrevistas realizadas a los cinco grupos de informantes

anteriormente mencionados. De esa manera, la sistematización de los datos se realizó utilizando el software para el tratamiento de datos cualitativos Atlas.ti. Las entrevistas se transcribieron y luego se procesaron en matrices para extraer las unidades centrales de significado, posteriormente en el software se establecieron categorías de análisis en relación a las preguntas de las entrevistas y los objetivos específicos de la investigación, para finalmente sintetizar la información a partir de gráficas y redes semánticas para el análisis y la interpretación Andréu *et al.* (2007).

Las redes gráficas generadas a partir de Atlas.ti, se constituyeron en un insumo fundamental para la sistematización de la información, pues facilitó la identificación de aquellos datos destacables y recurrentes, que mediante un proceso hermenéutico permitió interpretar y ahondar en las estructuras conceptuales del objeto de estudio. Así mismo, las redes gráficas permitieron tamizar y seleccionar aspectos estructurales de cada entrevista, para establecer nuevas categorías interpretativas que sin duda alguna aportaron al ejercicio analítico cualitativo del capítulo Grosser (2016).

El octavo capítulo presenta la discusión de los resultados a partir de las entrevistas, allí se propone como la patrimonialización de Honda fue gestada y desarrollada por el aparato empresarial del municipio. El patrimonio fue instrumentalizado por medio del turismo y desde estrategias de marketing se movilizaron flujos turísticos interesados en el turismo cultural. De esa manera, la patrimonialización de Honda obedece a una agenda empresarial con intereses definidos respecto al uso del patrimonio con fines económicos. Posterior a la patrimonialización se gestó un proceso de mercantilización que, de acuerdo con Almirón *et al.* (2006) a partir del turismo se antepone el uso comercial por encima del uso simbólico, cambiando radicalmente lo que otrora se entendía por patrimonialización, pues esta pretendía la construcción de la identidad cultural de las comunidades utilizando el turismo únicamente como una vía y no como un fin en sí mismo.

Se puede evidenciar en este capítulo que la patrimonialización contó con el concurso institucional de la administración municipal, quienes desde las políticas públicas definieron los mecanismos para que la Cámara de Comercio y los empresarios desarrollaran la estrategia de revitalización patrimonial, a partir del uso y control de los bienes culturales locales, coincidiendo con lo que propone Prats (2006) pues dice que es usual que los perímetros y centros históricos con presencia de bienes culturales se delimiten como zonas de desarrollo especial, en donde es evidente que se realizan fuertes inversiones económicas, generando fragmentación y diferenciación espacial para priorizar o realizar desarrollos bien sea inmobiliarios, turísticos y de otras índoles, en esa vía, también menciona Belhassen (2014) que esos proyectos patrimoniales son desiguales, pues solo se ven beneficiados los que habitan el perímetro histórico y los que se encuentran por fuera de esa frontera no tienen nada, por lo tanto, no es solo una división física y económica, sino también una división simbólica.

De otro lado, se muestra como la patrimonialización de Honda resultó ser algo selectivo desde la intervención de los poderes políticos y económicos en un proceso excluyente en el que la comunidad fue subordinada a lo que debía ser valorado y conservado en un discurso de identidad cultural artificial. Algunas manifestaciones del patrimonio inmaterial han sido alteradas o modificadas según la conveniencia de quienes gestionan sus celebraciones cada año; desde la percepción de habitantes, operadores turísticos y gestores culturales, cada año se eliminan actividades tradicionales orientadas a los locales y se sustituyen por otras actividades artificiales orientadas a los turistas. Se invisibilizan prácticas culturales “populares” para instaurar otras prácticas de entretenimiento que están más cerca a la realidad de los turistas.

El noveno capítulo de la investigación presenta el aporte teórico de la tesis realizando un análisis en profundidad sobre los intereses políticos y económicos que se identificaron en el proceso

de patrimonialización turística de Honda. Evidenciando que no es un proceso inocente, sino que, por el contrario, obedece a un plan diseñado y organizado de largo aliento.

Se presenta un análisis sobre como los bienes culturales en algunos casos pueden ser apropiados para instrumentalizarlos como activos de uso, a partir de los cuales, se estimula el consumo turístico, utilizando las declaratorias y las políticas de gestión cultural objetivando la cultura como un bien de transacción, negociación y consumo. En esa vía, se abordan las tensiones y conflictos que se derivaron de la patrimonialización turística de Honda.

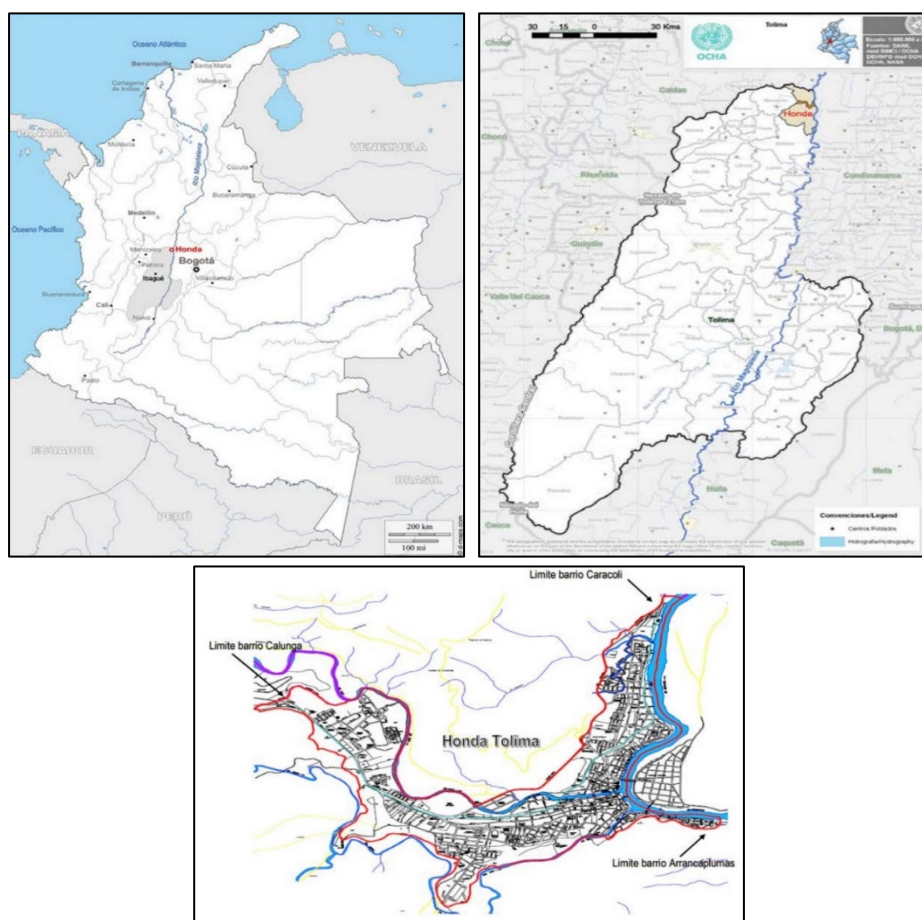
Finalmente se presentan las conclusiones generales a partir de los resultados de la investigación en articulación con los objetivos y las hipótesis propuestas.

## Capítulo I. Contexto geográfico e histórico del municipio de Honda

### 1.1 Generalidades del municipio de Honda Tolima

Honda es una de las ciudades más antiguas de Colombia, allí llegarían los conquistadores Gonzalo Jiménez de Quesada, Sebastián de Belalcázar y Nicolás de Federman, junto al Capitán Antonio Lebrija hacia junio de 1539, lugar en el que se fundaría la Villa de San Bartolomé por Francisco Núñez Pedroso.

**Figura 1** Mapa de ubicación geográfica del municipio de Honda.



*Nota.* Fuente: Secretaría de Planeación Municipal. Gobernación del Tolima (2023).

Históricamente el territorio colombiano ha estado influenciado por el río Magdalena (ver figura 2) como la artería fluvial y comercial que conectó el interior desde el puerto de Honda hasta el puerto de Cartagena como salida al exterior. Desde allí fluyó en doble vía el comercio y la cultura hasta las primeras décadas del siglo XX. Por un periodo de tres siglos floreció gracias a su actividad comercial posibilitando la llegada de capitales que permitieron la construcción de infraestructura de comunicaciones y la urbanización desde la colonia hasta la república. Hoy se encuentra un legado histórico y arquitectónico fruto del asentamiento de acaudalados comerciantes y emergentes empresas comercializadores de bienes y consumos.

**Figura 2** Vista periférica del municipio de Honda y el río Magdalena.



*Nota.* Panorámica del río Magdalena en su paso por el municipio de Honda en el departamento del Tolima. Fuente: Archivo de la Alcaldía Municipal de Honda (2015).

De esa misma manera Guzmán (2002) menciona que la historia de Honda surge paralela con la historia del río Magdalena. Más que ningún otro puerto fluvial, tal como Monpox, cuya



importancia se diluye desde inicios de la república, o el de Barranquilla, cuyo auge inicia cuando decae Mompo, o como Girardot, cuya historia está ligada a la economía exportadora cafetera y el ferrocarril de Cundinamarca; casos que muestran esplendores efímeros. La historia de Honda como puerto se desarrolla paralela a la del río y a la navegación fluvial, que posteriormente fue sustituida por otros medios de transporte.

El municipio de Honda limita al norte con el departamento de caldas, al occidente con el municipio de Mariquita, al oriente con la margen izquierda del Río Magdalena (Departamento de Cundinamarca) y al sur con el municipio de Armero-Guayabal. La ciudad se halla flanqueada por diversas colinas y montañas de altura promedio como la Meseta de los Palacios o el Cerro Cacao rodeado de montañas verdes, dándole ese ambiente natural y fresco, en donde se puede divisar la totalidad de la ciudad. Alcaldía municipal de Honda Tolima (2019).

El municipio tiene una extensión total de 309 Km<sup>2</sup>, la altitud de la cabecera municipal es de 229M-snm, su temperatura media es de 30° C, las distancias de referencia son: Bogotá 142Kms, Ibagué 92 Kms, Medellín 240Kms y Cartagena 1140 Kms, La población total es de 26.873 Hab; el 96.72% de sus habitantes se encuentra en la zona urbana y un 3.28% de población rural, el 50.02% corresponde a hombres y el 49.98% corresponde a mujeres y su gentilicio es hondano/a. Alcaldía municipal de Honda Tolima (2019).

El municipio debe su nombre a uno de los asentamientos indígenas situados a las orillas de la ribera del río Magdalena, el cual estaba conformado por los Ondaimas y los Gualíes que ocupaban el actual municipio. Al municipio de Honda también se le conoce como la ciudad de los puentes ya que tiene más de cuarenta ubicados sobre el río Magdalena, Gualí, Guarinó y Quebrada Seca.

En su estructura político-administrativa es importante mencionar que el municipio es una entidad descentralizada de acuerdo con la Constitución Política de 1991 y sus órganos de gobierno son la alcaldía y el consejo municipal, cargos elegidos por voto popular. El municipio cuenta con 52 barrios, 21 sectores y 8 veredas, los barrios están divididos en dos zonas: a la derecha del río Gualí que es el norte de la ciudad denominado zona 1 y lo que se hayan a la izquierda del río, centro occidente de la ciudad o zona 2.

Respecto a las actividades productivas es de mencionar que el municipio es básicamente urbano y sus actividades agrícolas son casi inexistentes, no obstante, posee una importante actividad comercial que genera grandes ingresos al municipio, los cuales son obtenidos por la industria, el turismo, la ganadería y la pesca; en el mes de enero y febrero se activa la economía producto de la subienda pesquera, por lo cual, su población se duplica llegando hasta las 100.000 personas. De igual manera, hacen presencia industrias de cereales como Solla y Fanal, entre otras.

En términos de infraestructura y servicios públicos el municipio de Honda cuenta con total cobertura de energía eléctrica, acueducto y alcantarillado, gas natural, aseo y recolección de basuras, servicio de telefonía local y cuatro operadores de telefonía móvil. Al municipio se le considera la estrella vial de Colombia ya que conecta a más de 10 ciudades importantes del país.

Como destino turístico posee atributos del orden natural y principalmente culturales arquitectónicos, a partir de la herencia histórica del municipio que lo hace protagonista a nivel regional. A comienzos de los años sesenta inicia un incipiente desarrollo turístico gracias a la construcción de hoteles y un centro recreacional y parque acuático que fue pionero en Colombia. Ya en los años setenta se consolidó el turismo gracias a su declaratoria como Monumento Nacional del sector antiguo de Honda mediante el decreto 1192 del 26 de mayo de 1977. Posteriormente

también obtendrían declaratorias como monumentos nacionales, el Edificio del Mercado Público gracias a su estilo Greco Romano y el puente Navarro construido en 1894. Su apogeo turístico estuvo marcado por dos décadas, pero en los años ochenta y noventa pierde relevancia respecto a otros destinos regionales que se consolidan gracias a importantes inversiones económicas.

Hacia el año de 2010 el municipio de Honda ingresa a la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia, iniciativa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para fortalecer el turismo en los municipios que gozan de importancia histórica, arquitectónica y cultural. Este nombramiento le da al municipio un nuevo aire en su desarrollo turístico con la llegada de inversionistas y empresarios del sector a la vez que se articula al objetivo nacional respecto a la preservación del patrimonio cultural de la nación, su fomento, apropiación y divulgación.

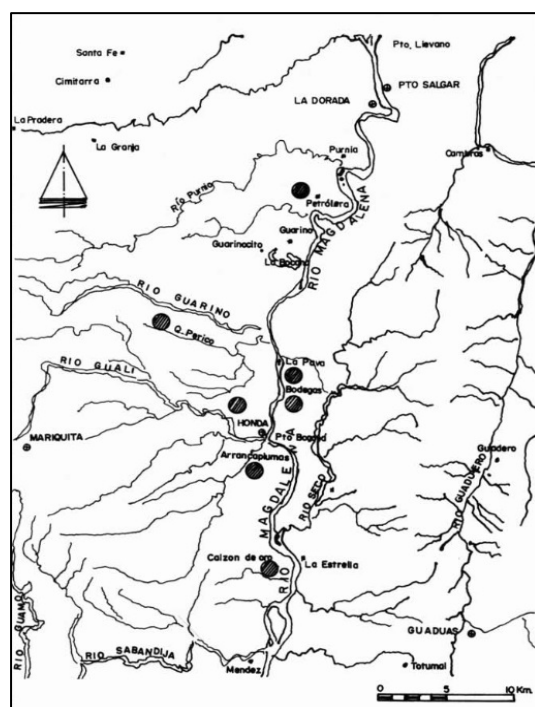
## **1.2 Reseña histórica del municipio de Honda**

### ***1.2.1 Época precolombina y conquista***

De acuerdo con lo que menciona Nieto (2016) antes de la llegada de los españoles existía una sociedad aborígen y nativa bastante estructurada tanto en lo político, lo económico y lo social; lo cual permitió que se conformaran importantes asentamientos indígenas (ver figura 2) tanto en la cordillera central y oriental. La actividad comercial y de intercambio entre los diferentes poblados indígenas, tanto del alto como del bajo Magdalena, hizo de Honda un paso obligado en el Magdalena medio.

De acuerdo Duque (1965) en el margen occidental del río y limitando con los Panches de la región de Honda se encontraban los Pantágoras o Palenques llamados así por la forma de sus construcciones en madera (ver figura 3). Estos ocupaban las partes altas de la cordillera central en el alto río Guarínó y que llegaban hasta el río Magdalena. Es evidente la influencia de los Panches durante el siglo XVI quienes controlaron la región de Honda explotando recursos naturales como la pesca y la minería de aluvión, actividades fundamentales que posibilitaron la presencia de varias etnias, las cuales presentarían resistencia al momento de la conquista.

**Figura 3** Grupos indígenas asentados en la ribera del río Magdalena durante el siglo XVI.



*Nota.* Figura que muestra los distintos grupos indígenas que hacían presencia sobre el río Magdalena a la altura del municipio de Honda. Fuente: Cifuentes (1989).

Según Duque (1965) la cacería y la captura de animales propios de río (tortugas, peces, manatíes), fue una de las razones por las cuales se mantuvieron asentados en la ribera del río.

Algunos vestigios arqueológicos fueron descubiertos en los sitios denominados Arrancaplumas y Pescaderías por los antropólogos Alicia y Gerardo Reichel-Dolmatoff, entre los que se hallaron cerámicas, urnas funerarias, huesos y otros restos importantes. Arrancaplumas sería el puerto más importante del Alto Magdalena comunicando a Honda con municipios ubicados en la ribera del río Magdalena.

Queda claro que la comunidad que dominó la desembocadura del río Gualí y el margen izquierdo del río Magdalena fueron los indígenas ondas, para ellos fue una ubicación privilegiada que permitió el intercambio de productos de clima frío provenientes del altiplano cundiboyacense entre los que se encontraban principalmente la sal, los tubérculos y las pieles con productos de clima cálido del valle del Magdalena como pescado, frutas y oro, de igual manera, propicio el intercambio cultural entre grupos lingüísticos Caribes y Chibchas.

Honda se remonta al periodo prehispánico con asentamientos sobre el río Magdalena de indígenas que encontraron en sus aguas fuentes de recursos alimenticios y vía de comunicación para el intercambio con otros pueblos. Con la llegada de los españoles se inició la conquista del territorio en los periodos que abarcan la segunda mitad del siglo XVI hasta la finalización del siglo XVII, menciona Guzmán (2002) que en este mismo periodo se repartió a los indígenas Onda a los notables de la empresa conquistadora, se crearon capillas de adoctrinamiento que eran encargadas a la comunidad religiosa franciscana y a la Compañía de Jesús. En una de las visitas del comendero Melchor Sotomayor a Honda describe el hábitat de los indígenas:

La descripción de la tierra en que moran y habitan estos indios es que ellos tienen los bohíos junto a los dos dichos ríos y cerca de los dichos bohíos se juntan. Están como he dicho en un bajo y los cinco cerca de ellos en un alto... y vi los dichos indios en ellos poblados en más de tres cuestras grandes y los dos están hacia Santa Fe y Tocaima, estando en la otra banda de los dichos ríos cerca de ellos y la otra cuestra está camino hacia Mariquita a mano derecha junto a los dichos ríos. (Guzmán, 2002, p. 165).

Así que los asentamientos indígenas se encontraban en la margen izquierda del río Gualí, en confluencia con el río Magdalena y en el Alto del Rosario.

El río grande de la Magdalena fue determinante en el establecimiento de redes comerciales, como medio de transporte la canoa permitía el flujo de productos de clima cálido, clima frío y el intercambio de pescado. Fue un espacio determinante y privilegiado puesto que conectaba el altiplano cundiboyacense. Los indígenas que habitaban la ribera del río Magdalena a la altura de Honda lo llamaban YUMA. La pesca era la principal actividad de los primeros pobladores, por estar en la zona de rápidos o raudales del río, especialmente durante las temporadas anuales en las cuales varias especies realizan migraciones ascendentes y descendentes que se conocen como subienda. Según (Duque, 1965, p. 187).

Fue Francisco Núñez Pedrozo quien fundaría la ciudad por orden del gobernador del Nuevo Reino de Granada quien fue enviado a pacificar y poblar estas tierras en nombre de su majestad, con el acompañamiento de los frailes dominicos y franciscanos se construye la iglesia y se empieza la búsqueda de minas, lo que da inicio con la ocupación y colonización del territorio, la repartición de mano de obra y tierras Guzmán (2002).

### **1.2.2      *Periodo colonial***

El río se convirtió en la vía esencial del Nuevo Reino de Granada, y también hasta cierto punto en ruta secundaria hasta Quito y el Perú. La explicación de la importancia que cobró con la conquista española se fundamenta en el hecho de ser el eje principal de penetración hacia el interior del territorio; su valle constituye un corredor de 1.500 kilómetros de largo de sur a norte, entre las cordilleras central y oriental Guzmán (2002).

El río grande de la Magdalena se constituyó en la ruta esencial de los españoles para el transporte de productos y mercancías necesarios en el proceso de colonización de los territorios del interior del país, hacia el oriente y las regiones del occidente, posteriormente se fundarían otros

puertos que servirían de apoyo a la navegación para comunicar vía fluvial hasta Mompox con el mar Caribe y Europa, todo esto lo permitió el trabajo de boga, el cual fue una especie de tributo pagado por los nativos indígenas a sus encomenderos, transportando en pequeñas canoas las mercancías a lo largo del río Magdalena, esta institución disminuyó significativamente la población nativa en la región llamando la atención de la corona y reglamentándola, la cual posteriormente fue entregada para el manejo con esclavos provenientes de África.

En el periodo de colonia Honda estuvo poblada por muchas etnias con un número importante y sin calcular de indígenas encomendados, indígenas forasteros, mestizos de diferentes etnias y esclavos negros, en vista de ese crecimiento se instala la orden religiosa de la Compañía de Jesús debido al poblamiento espontaneo, una vez allí, inició la reconstrucción de la capilla doctrinera, posteriormente iniciaría la llegada de más familias españolas interesadas en incrementar las actividades comerciales con las ciudades de Santafé y Tunja en el interior del nuevo reino, menciona Guzmán (2002) que esto convirtió a la población de Honda en un centro fundamental para el transbordo y redistribución con la presencia de mercaderes, de comerciantes y de algunas construcciones especializadas como bodegas, tiendas y hospedajes.

Honda no tuvo fundador ni obedeció a un modelo de indias en su estructura, Honda nació por necesidad, inicialmente como puerto de acopio de productos y mercancías, en el cual, se fueron construyendo bodegas y un embarcadero. Era un espacio inadecuado determinado por barreras naturales, y su trazado tuvo que ver con las características del terreno, dos ríos y una meseta, por lo tanto, no se estructuró en un esquema formal de villa bajo el modelo de traza Ovandina:

... Trazado irregular, orgánico, de calles estrechas en algunos sectores como la de las trampas, que, ceñida a las curvas de nivel, ofrece a lo largo de su corto recorrido una secuencia de perspectivas cambiantes, así como de calles en forma de escalera que descienden de la meseta. La composición del espacio de la villa involucró el río y la colina, sin la presencia de un espacio central organizador del conjunto urbano. Ciertos ejes se convirtieron de hecho en espacios de poder al estar allí

localizadas las élites, juntamente con el comercio. La calle real con su plazoleta tuvo esa connotación (Guzmán, 2002, p. 154).

Honda pasa de ser una aldea construida orgánicamente de acuerdo a las necesidades de ocupación y construcción a una villa, dado que se convierte en el segundo puerto fluvial más importante del Nuevo Reino de Granada después de Mompox, creando diferentes circuitos comerciales tanto fluviales como terrestres; esto motivaría la llegada de otras comunidades religiosas como los franciscanos y los agustinos quienes intervienen para construir iglesias, monasterios, hospitales e infraestructura básica para sus habitantes.

Según Prieto (2009) mucho del legado arquitectónico de la Villa de San Bartolomé de Honda tiene que ver con la presencia y asentamiento de comerciantes provenientes del sur de España, influencias similares que también pueden verse en otros municipios como Tunja, Cartagena, Mompox, Popayán entre otros. Esa arquitectura colonial destaca casas altas y bajas, materiales como el calicanto y argamasa, los ladrillos, cubiertas inclinadas y amplios zaguanes. Menciona Moreno (1996) que “la falta de una cartografía de los siglos XVII y XVIII impide determinar cómo fue el despegue urbano, aun así, algunos informes permiten inferir que durante el siglo XVII la población creció en torno a los centros religiosos” (11).

El territorio de honda antes de obtener su autonomía perteneció las florecientes provincias de Neiva y Mariquita, los cuales posterior a la declaración de independencia de 1819 se transformaron en los departamentos de Antioquia, Cundinamarca y Boyacá. En ese sentido, desde los siglos XVI y XVII Honda se convierte en el puerto fluvial más importante del país para el transporte de personas y mercancías, de esa manera sería el canal por donde fluiría el desarrollo nacional.

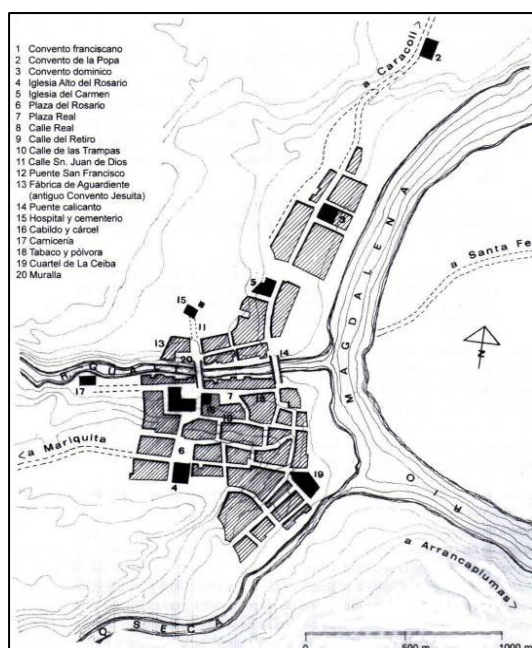
Como puerto sobre la principal arteria del país, articulado con la capital del Nuevo Reino de Granada y con la rica región minera del occidente y más allá con el Reino de Quito la villa cobró gran



importancia. Se establecieron, por tanto, líneas de intercambio, los agentes (comerciantes) tejieron redes y circuitos los cuales a su vez crearon espacios mercantiles, fue así como se configuraron los circuitos de larga distancia: Europa mediante España \_ Cartagena – Mompox – Honda y Viceversa; circuitos comerciales con el Nuevo reino: las ciudades de oriente (Santa Fe, Tunja), las de occidente, (Cali, Popayán); la Provincia de Antioquia y el Valle Alto del río Magdalena (Velandia, 2008, p. 107).

Para Nieto (2020) el apogeo arquitectónico de Honda se alcanza hacia mediados del siglo XVIII con la llegada de prósperos comerciantes que construyen sus viviendas en las partes altas, a la vez que sus bodegas de comercio en la parte baja sobre la ribera del río Magdalena. También contribuye la llegada de la comunidad franciscana y la Compañía de Jesús quienes inician la construcción de Iglesias, capillas y monasterios (ver figura 4) generando una dinámica económica que contribuyó con la prosperidad y la consolidación como segundo puerto en importancia después del de Mompox. De esa manera, la mayoría de sus habitantes estaban ligados a la actividad comercial y e intercambio creando circuitos comerciales que funcionaron por muchos años.

**Figura 4** Estructura urbana a finales del siglo XVIII.



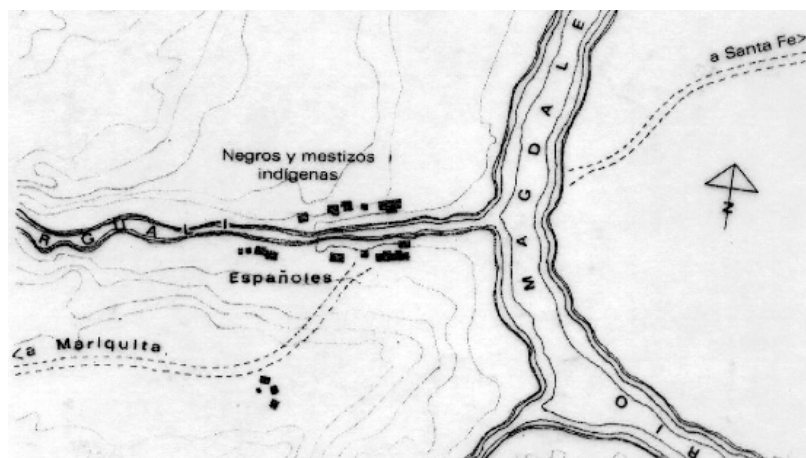
*Nota.* Fuente: Archivo General de la Nación: Fondo Miscelánea, Tomos CVIII y CXXIX;

Hospitales y Cementerios, Tomo III; Mejoras Materiales, Tomo XXI.

La división del trabajo y la propiedad privada derivó en la segregación racial que se mantendría por más de tres siglos. De esa manera en el costado derecho del río Magdalena se asentaron los indígenas y los esclavos quienes tenían funciones de embarcadero y bogas y los españoles en su mayoría comerciantes y terratenientes se asentarían en la parte alta del costado izquierdo del río Gualí (Ver figura 5).

De acuerdo con Velandia (1989) en el alto el Rosario se debieron ubicar las casas de habitación de los principales españoles del embarcadero, ya que desde allí tenían completo dominio visual y de acción del naciente puerto.

**Figura 5** Bodegas y casas de habitación a finales del siglo XVI.



*Nota:* Fuente: Archivo General de la Nación: Fondo Miscelánea, Tomos CVIII y CXXIX; Hospitales y Cementerios, Tomo III; Mejoras Materiales, Tomo XXI.

### **1.2.3      *Periodo republicano***

Para el periodo de la República el municipio de Honda vive su segundo periodo de florecimiento comercial y cultural:

Honda recuperó su categoría como centro de comercio y transporte en el Alto y Bajo Magdalena y como centro de redistribución hacia Bogotá y otras ciudades. Desde el periodo independentista de 1810, hasta 1845 cuando se produce un auge en la navegación a vapor en el río, entre fechas, fue un periodo de recuperación del terremoto de 1805 que afectó la ciudad y las guerras de independencia. Hacia la mitad del siglo XIX se revitaliza la navegación a vapor, aumenta la producción y exportación de tabaco proveniente de Ambalema y el asentamiento progresivo de comerciantes en el área urbana de Honda. Fue un momento de prosperidad para la ciudad gracias al desarrollo de infraestructura pública y obras de finca raíz. Luego entre los años de 1891 a 1905 se incrementa la navegación a vapor con barcos provenientes de Norte América, un auge en las actividades comerciales y mercantiles, reactivación de la minería en los municipios cercanos y la exportación de café hacia diferentes latitudes (Prieto, 2009, p. 45).

La derrota del gobierno de la monarquía española entre 1810 y 1819 determinó el surgimiento de la república abriéndose a las relaciones diplomáticas, comerciales y científicas Moreno (1996). En buena medida estudiosos, viajeros y políticos quisieran explorar la geografía colombiana, encontrando de manera frustrante que los medios de transporte fluviales por el río Magdalena eran todavía muy arcaicos, caso particular la utilización de los champanes que eran lentos y peligrosos condenado un viaje de Honda a Santa Marta a más de cincuenta días (Ver figura 6).

**Figura 6** Champan del río Magdalena



Nota. Embarcaciones denominadas Champanes que transportaban personas y mercancías impulsadas por indígenas o esclavos. Fuente: Cundinamarca histórica (1986).

Aun así, no tardaría en llegar el progreso que modernizara el sistema de transporte fluvial en el río Magdalena:

Los adelantos tecnológicos de Norteamérica y Europa brindaban en materia de navegación un transporte más moderno, ágil, cómodo y por supuesto, más rápido y seguro. Las noticias del progreso en la mentalidad de los nuevos gobernantes daban pie para modernizar el país, el cambio no fue fácil. A parte de una geografía abrupta, de un atraso tecnológico, el siglo XIX fue un periodo en el que se sumió en guerras civiles que de alguna manera coadyuvaron a la inestabilidad política, al igual que a la falta de una planificación económica coherente y, desde luego, a la carencia de un progreso material y espiritual de los pueblos. (Moreno, 1996, p. 55).

#### ***1.2.4 Siglo XX***

Gracias al alemán Juan Bernardo Elbers naturalizado en Colombia, se puso en marcha la navegación a vapor sobre el río Magdalena para establecer comunicación más rápida y con más capacidad de carga entre el interior y el mar Caribe (ver figura 7), ya en 1925 aparece el primer intento de navegación a vapor el cual resultaría fallido por divisiones políticas, urgencias económicas y por barcos no aptos para navegar el Magdalena por su gran calado. Entre 1845 y 1849 en el gobierno del General Tomás Cipriano de Mosquera se incentivó con ayuda económica toda empresa que estimulara la navegación por el Magdalena, serían los tabacaleros de Ambalema y la ley de libertad de navegación lo que permitiría el éxito de la navegación a vapor.

**Figura 7** Barco a vapor sobre el Magdalena.



*Nota.* Evolución de la navegación en el río Magdalena con la introducción de las embarcaciones a vapor. Fuente: Archivo CIP El Colombiano (2021)

La importancia del río Magdalena radicó en las condiciones topográficas y de difícil acceso en la mayoría del territorio nacional, lo cual fue un obstáculo que influyó en el desarrollo y el intercambio comercial y cultural del país. Sería el río Magdalena el que permitiría el desarrollo de gran parte del territorio gracias a su navegabilidad y flujo de personas y mercancías.

Las características geográficas del país fueron por mucho tiempo un obstáculo para el desarrollo y el fluido intercambio comercial con otras zonas del territorio, ligado a las condiciones cambiantes en la navegabilidad del Río Magdalena, produjo que muchas zonas pobladas del país quedaran aisladas de esos procesos de intercambio, debido al deficiente sistema de comunicaciones y de infraestructura vial de la que se carecía.

De acuerdo con Nieto (2020) otros factores influyeron en la pérdida de protagonismo e importancia de Honda como puerto fluvial y ciudad comercial; por un lado, proyectos de infraestructura vial que se llevaron a cabo en las tres primeras décadas, que permiten la

comunicación terrestre entre Honda y la ciudad de Ibagué y de esta hacia el departamento de Caldas conectando otras redes viales. La llegada de la aviación que facilitó el transporte de carga y pasajeros entre ciudades grandes e intermedias; el auge del ferrocarril y los vehículos que desplazaron la navegación y enviaron al puerto al olvido. La última gran obra en el municipio fue la construcción del puente Luis Ignacio Andrade, para comunicar el departamento de Cundinamarca con el Tolima y el occidente del país.

Evidentemente la navegación a vapor no había influido de manera significativa en las estructuras urbanas de la ciudad, de igual manera, la pérdida de protagonismo como puerto fluvial, mantuvieron el paisaje urbano que se contemplaba a comienzos del siglo XX. Hoy quedan las casonas coloniales y republicanas que como dice Moreno (1996) que, si bien han sido manoseadas por el empuje avasallador del modernismo, es lo único que queda como testimonio de lo que fue la Villa de San Bartolomé de Honda como uno de los principales centros de mercadería del Nuevo Reino de Granada.

## Capítulo II Contexto empírico del objeto de estudio

### 2 Turismo y patrimonio

El municipio de Honda como destino turístico posee una ubicación geográfica privilegiada, pues está en tránsito con 25 ciudades en las que se encuentran algunas de importancia como Bogotá, Ibagué, Medellín, Pereira, Manizales entre otras. Es un clima cálido con una temperatura promedio todo el año que oscila entre los 28 °C y los 35 °C haciéndolo atractivo principalmente para territorios de climas fríos como Bogotá y Manizales, no obstante, las características de su clima también lo han consolidado como un destino de piscina y balneario. Tiene una importante oferta hotelera que va desde hostales económicos, posadas turísticas, apartamentos turísticos y hoteles temáticos, entre otras alternativas de alojamiento asequibles para todo público. Tiene una importante oferta gastronómica que se ha consolidado en los últimos años, en la que se destacan restaurantes locales tradicionales, restaurantes especializados, y restaurantes de comida internacional, junto a una oferta de bares y establecimientos de entretenimiento.

El municipio de Honda fue fundado en el siglo XVII sobre las orillas del río Magdalena y por tres siglos fue el puerto fluvial más importante de Colombia, desde allí se intercambiaban mercancías provenientes del exterior que ingresaban a Cartagena y en embarcación llegaban al puerto de Honda, para posteriormente trasladarlas a lomo de mula a la ciudad de Santafé de Bogotá y otras ciudades del interior del país. Esta es la razón más importante del porque Honda conocida como la ciudad de los puentes; es un destino de cultura, tradición e historia, pues la navegabilidad del río Magdalena como arteria fluvial del país, le permitió consolidarse como el afluente que comunicó diferentes culturas. Otro de sus antecedentes importantes es que el municipio de Honda

hizo parte activa de la gran empresa de la ilustración llamada la Expedición Botánica, que estuvo a cargo del sabio José Celestino Mutis; este municipio fue el epicentro de esta gesta científica y muchos de sus descubrimientos partieron desde allí hacia el puerto de Cartagena para posteriormente zarpar a España. El municipio hoy está integrado en la Ruta turística denominada la “Ruta Mutis” iniciativa del Viceministerio de Turismo y el Ministerio de Cultura.

A Honda le sobrevive su historia y su arquitectura colonial que le valió una declaratoria de Patrimonio Cultural Nacional y su patrimonio histórico tiene declarados seis Bienes de Interés Cultural Nacional (BICN). Este puerto fluvial que permitió el intercambio comercial y cultural con muchas regiones del país dejó un legado multicultural y pluriétnico que hoy se constituyen en el sentimiento de identidad de los Hondanos. Todos estos atributos lo hacen un destino de interés para nacionales y extranjeros, es una región que genera importantes ingresos para aquellos que realizaron inversiones económicas en infraestructura y planta turística. Hoy los visitantes llegan para apreciar su historia, arquitectura, paisaje natural, sus recursos hídricos, la navegabilidad del Magdalena, su clima, su gente y otros varios atributos.

El primer antecedente de desarrollo turístico de Honda data de los años setenta con una iniciativa departamental que pretendió potenciar el turismo, a partir de los recursos históricos y arquitectónicos del municipio, de tal suerte, que en el año de 1977 mediante el acuerdo 1192 del 26 de mayo se declaró al centro histórico de Honda “Monumento Nacional”. Esta declaratoria junto con una campaña de marketing turístico, logró movilizar un importante flujo de viajeros durante la década del setenta y finales de la década de los ochenta. En este periodo se construyó una infraestructura de balnearios entre los que se encuentra el parque acuático Agua, Sol y Alegría, establecimiento icónico del municipio, se habilitaron museos como el del Expresidente Alfonso López Pumarejo y hoteles como la Casa Belle Epoque.



A comienzos de los años noventa inicia el declive turístico del municipio producto del posicionamiento de otros destinos turísticos como Girardot en el vecino departamento de Cundinamarca y Melgar en el departamento del Tolima; no obstante, se consolidan otros destinos que influyen en la pérdida de protagonismo de Honda como destino de clima cálido, de balneario y de turismo histórico. Aun así, el municipio insiste en el desarrollo del turismo histórico-cultural y en el año de 1994 con el decreto nacional 936 del 10 de mayo se logra la declaratoria del Puente Navarro como “Monumento Nacional”, puente sobre el río Magdalena construido en 1898 y en el año de 1996 se logra la declaratoria de “Monumento Nacional” del Edificio del Mercado Público mediante decreto nacional 1756 del 26 de noviembre, inmueble de estilo Greco Romano con 120 columnas.

El desarrollo turístico reciente del municipio de Honda inicia a partir de su inclusión en la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia, a partir de la estrategia diseñada por el Ministerio de Cultura, el Viceministerio de Turismo y el Fondo Nacional de Turismo (FONTUR), en la implementación de una política de turismo cultural en los municipios que contaran con recursos materiales e inmateriales que pudieran ser desarrollados turísticamente. El propósito general de esta estrategia fue posicionar a Colombia en el mercado nacional e internacional como un destino cultural que promueve el desarrollo local sostenible, el patrimonio, la diversidad y la competitividad.

La inclusión del municipio de Honda se formalizó en julio de 2010 gracias a que contaba con declaratoria de Bienes de Interés Cultural, BIC por parte del Ministerio de Cultura, según lo establecido en la Ley General de Cultura 1185 de 2008. Junto con la integración del municipio de Honda, también se integraron Santa Cruz de Mompo, Jericó, Ciénaga, Salamina, Aguadas, Barichara y Santa Fe de Antioquia. El municipio logró aumentar el índice de llegada de turistas principalmente nacionales provenientes de las ciudades cercanas como Bogotá, Manizales, Ibagué

y Armenia. De acuerdo con cifras del Centro de Información Turísticas, CiTur (2023) en el año de 2022 llegaron al municipio 137.000 turistas nacionales y 179 turistas extranjeros. Los viajeros que visitan Honda lo hacen motivados principalmente por sus atractivos culturales, históricos y arquitectónicos, las bondades de su clima caliente y el río Magdalena. Posterior a la inclusión en la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia, se realizaron importantes inversiones en señalización turística, intervención de áreas comunes y calles del centro histórico e intervención de bienes culturales. Propiciando la llegada de inversionistas que con altos capitales económicos robustecieron la oferta de establecimientos como hoteles, bares y restaurantes.

## **2.1 Patrimonialización de los recursos culturales de Honda**

El proceso de patrimonialización de Honda tiene su origen en la integración a la Red de Pueblos patrimonio de Colombia. Este es un programa del Ministerio de Cultura junto con el Viceministerio de Turismo que se fundamenta en la Ley 300 de 1996 “Ley General de turismo” y la Ley 397 de 1997 “Ley General de Cultura. Con esta iniciativa se buscó potenciar la diversidad cultural para generar desarrollo local a partir de la llegada de turistas a los territorios culturales. También implica una marca territorial que ha sido aprovechada eficazmente para captar inversiones y generar desarrollos empresariales y productivos en los territorios en los cuales se implementa. El ingreso de Honda a la Red de Pueblos Patrimonio se formaliza en julio de 2010, gracias a que posee Bienes de Interés Cultural BIC, declarados por el Ministerio de Cultura en concordancia con los requisitos de la Ley 1885 de 2008.

La iniciativa de patrimonialización se originó desde la Cámara de Comercio de Honda en cabeza de los empresarios y con el concurso de la administración municipal, en donde se buscó

que el centro histórico de Honda hiciera parte de la Red de Pueblos patrimonio junto con los siguientes bienes y manifestaciones culturales: museo del río Magdalena, plaza municipal de mercado, catedral Nuestra Señora del Rosario, puente Navarro, la calle de las trampas, museo Alfonso López Pumarejo, monumento al pescador o “Boga de la Libertad”, Magdalena Fest y el carnaval de la subienda.

Un aspecto para destacar es la selección de los bienes culturales, la cual se realizó por parte de los empresarios y la alcaldía municipal, algunos de ellos con conocimientos específicos y contactos importantes a nivel ministerial. Los bienes y manifestaciones seleccionados fueron aquellos que se caracterizaban por su pasado histórico, urbano y arquitectónico y algunos incluidos y legitimados por criterios extra culturales como lo menciona Prats (2014), tal es el caso de algunas construcciones del centro histórico que pertenecen a los mismos empresarios. Toda la gestión patrimonial y turística de Honda se articuló a la reglamentación del centro histórico de Honda; este reglamento fue diseñado por la Cámara de Comercio de Honda (Los empresarios) mediante el acuerdo N° 006 del año 2004 que se mantiene vigente hasta el día de hoy.

El proceso de patrimonialización automáticamente se articuló con la política de gestión cultural y turística nacional asumiendo compromisos para poder optar a los recursos económicos que pueden llegar hasta los \$2.000.000.000 millones de pesos (USD 250.000) los cuales son administrados por la Secretaría de Cultura y Turismo; recursos que son girados por el Fondo Nacional del Turismo.

Los bienes y manifestaciones culturales integrados en la patrimonialización turística de Honda son los siguientes:

**El museo del río Magdalena:** es uno de los destinos turísticos que más visitan los turistas en el municipio, en los tiempos de la colonia su construcción funcionó primero como alojamiento para soldados y posteriormente pasó a ser una bodega de mercancías. El museo se creó en el año de 1997 con la iniciativa de presentar tradiciones de la cultura ribereña centrado principalmente en el transporte fluvial.

**Figura 8** Museo del río Magdalena.



*Nota.* Exposición de la navegación en el río Magdalena. Fuente: El Heraldó (2023)

**La plaza municipal de mercado:** es uno de los atractivos culturales más destacados gracias a su arquitectura Greco-Romana construida entre 1917 y 1935. Una de las características más atractivas para los turistas son sus 148 columnas que hace que se le denomine el “Partenón”.

**Figura 9** Plaza municipal de mercado.



*Nota.* Vista lateral de la plaza de mercado en donde se identifican las columnas características de la construcción Greco-Romana. Fuente: El autor.

**Catedral Nuestra Señora del Rosario:** construida a mediados del siglo XVII con su fachada en piedra fue una de las primeras iglesias financiadas con el cobro de peajes por el tránsito sobre el río Magdalena. Conserva una campana que data de antes de su construcción y que sobrevivió al terremoto de 1805, hoy es un importante sitio de peregrinación y turismo.

**Figura 10** Catedral de Nuestra señora del Rosario. Honda Tolima



*Nota.* Catedral construida a mediados del siglo XVII y declarada Patrimonio Cultural de la Nación Fuente: El autor.

**El puente Navarro:** construido entre 1894 y 1898 sobre el río Magdalena para comunicar los departamentos del Tolima y Cundinamarca. Fue declarado Monumento Histórico Nacional el 10 de mayo de 1994 dada su importancia como obra de ingeniería.



**Figura 11** Puente Navarro. Honda Tolima



*Nota.* Puente sobre el río Magdalena construido a finales del siglo XIX. Fuente: El autor.

**La calle de las trampas:** construida por ingenieros españoles con mano de obra esclava es testigo de las épocas de la colonia y la república. Está diseñada en zigzag y empedrada. En su entorno se encontraban las casas de los comerciantes más adinerados: Se cree que tenía propósitos defensivos para confundir a piratas pues conduce a cuestras y callejones.

**Figura 12** Tradicional calle de las trampas



*Nota.* Cuesta arriba sobre las escaleras de la calle de las trampas. Fuente: El autor.

**Parque de las Américas:** en la colonia fue sitio de reunión de comerciantes y mercaderes. En su entorno se encontraban edificios administrativos y religiosos y el monumento al chinchorrero levantado en 1943.



**Figura 13** Parque de las Américas. Honda Tolima



*Nota.* Plaza de las Américas ubicada en el centro histórico del municipio importante por su actividad cultural y su arquitectura. Fuente: El autor.

**Museo Alfonso López Pumarejo:** es una construcción de una sola planta con influencia colonial del clásico andaluz construida en el siglo XVII. Perteneció por generaciones a prósperos comerciantes y en el siglo XX pasó a la familia del expresidente Alfonso López Pumarejo. Hoy es un museo que conmemora su vida y obra, al igual que espacio para muestras culturales.

**Figura 14** Museo Alfonso López Pumarejo. Honda Tolima



*Nota.* El museo presenta la vida y obra del expresidente de Colombia Alfonso López Pumarejo quien nació en el municipio. Fuente: El autor.

**Monumento al pescador o “Boga de la Libertad”:** es un monumento que tiene como propósito homenajear a los pescadores de Honda que por siglos proveyeron de pescado al país. Un monumento polémico pues no representa al pescador de rasgos indígenas o mestizo sino a un pescador de rasgos pigmeos.

**Figura 15** Monumento al pescador. Honda Tolima



*Nota.* Monumento que exalta la labor del pescador hondano. Fuente: El autor.

**La Magdalena Fest:** evento que busca enaltecer la cultura de los pescadores y la historia que se tejío en torno el río Magdalena. En el marco del evento se realizan exposiciones artísticas, cine foros, festival gastronómico, actividades folclóricas y musicales que convoca a todo público.

**Figura 16** La Magdalena Fest. Honda Tolima



*Nota.* Publicidad informativa del evento cultural Fuente: El Confidencial.



**Carnaval de la subienda:** este evento tiene como finalidad conmemorar la subienda anual de peces que vienen de las cálidas ciénagas del caribe a las aguas tibias del río Magdalena. Su primera celebración se llevó a cabo en el año de 1962 y hasta el día de hoy se mantiene como el evento cultural más importante del municipio.

**Figura 17** Carnaval de la Subienda. Honda Tolima



*Nota.* Actividades folclóricas en el centro histórico. Fuente: El Confidencial.

Es de mencionar que no hubo solo un proceso de selección en la patrimonialización de Honda, en tiempos recientes se han identificado re-selecciones que buscan construir un nuevo imaginario cultural destacando la arquitectura del pasado colonial y republicano del siglo XVII al XIX. Para ese propósito se han creado políticas de gestión cultural municipal, que tienen como finalidad conservar y divulgar el patrimonio cultural local, con el ánimo de legitimar un pasado próspero y glorioso articulado con un discurso turístico y patrimonial autorizado y legitimado desde el ámbito político e institucional. Así mismo, aquellos bienes y manifestaciones que no favorecieron esa construcción fueron apartados e invisibilizados, tal es el caso de las prácticas artesanales, gastronómicas, festivas y culturales de campesinos, indígenas y afrodescendientes. No

obstante, se han creado recientemente eventos festivos como el Magdalena Fest, en el que se realizan actividades culturales predefinidas por el sector empresarial, para movilizar cierto tipo de viajeros con capacidad económica desarrollando actividades como: exposiciones de fotografía, exposiciones de artes plásticas, festival de cine, actividades gastronómicas de cocina fusión, entre otras actividades, las cuales poco tienen que ver con la tradición y la identidad local de los Hondanos.

La patrimonialización de Honda está determinada por la mercantilización y la turistificación en tanto que, se han desarrollado productos turísticos culturales que a partir de campañas de marketing pretenden llegar y movilizar a sectores específicos del mercado como una vía para obtener recursos económicos. Ligado a esto, emergieron emprendimientos turísticos y se consolidó la planta turística, a partir de establecimientos comerciales con inversiones económicas de empresarios locales. El proceso de patrimonialización suscitó conflictos entre el sector empresarial que gestó el proceso y los habitantes del municipio, quienes consideran que como comunidad no tienen beneficios tangibles más allá del reconocimiento del municipio como destino turístico. Manifiestan que los beneficiados directos son los empresarios y comerciantes que desarrollan las actividades turísticas, en todo caso, el patrimonio se manifiesta como algo separado entre las personas, el territorio y las mismas dinámicas sociales; un proceso de patrimonialización que integra el capital económico y político excluyendo los locales y sus intereses.

## Capítulo III. Contextualización del problema

### 3 Problema de investigación

El municipio de Honda en el departamento del Tolima es un enclave histórico, cultural y arquitectónico en el centro del país, tuvo un protagonismo significativo como puerto fluvial más importante de Colombia desde mediados del siglo XVI hasta mediados del siglo XIX, ese periodo de apogeo dejó vestigios que hoy se constituyen en patrimonio cultural de los colombianos, particularmente desde el punto de vista arquitectónico, en sus centros históricos coloniales y republicanos. Durante la década de los años sesenta y setenta el municipio de Honda se posicionó como uno de los destinos turísticos más importantes del país, gracias a los centros vacacionales, la infraestructura hotelera, su arquitectura e historia, los cuales lograron consolidarlo como destino turístico por más de dos décadas. Su declive llegaría a mediados de los años ochenta, con el posicionamiento de otros destinos mucho más frescos, renovados y modernos, posterior al declive, se acercó un proceso de abandono y gentrificación de su centro histórico colonial, el cual vería su recuperación a inicios del nuevo milenio con los cambios en los gustos y preferencias de los viajeros que empezaron a preocuparse por los destinos de características culturales.

El patrimonio cultural se ha convertido en un elemento fundamental de la atraktividad turística, desarrollado a partir de estrategias de competitividad para la comercialización y posicionamiento del destino, lo cual ha llevado a un proceso de mercantilización, consumo y explotación. El patrimonio no es algo estático, es una construcción permanente en la que participan diversos actores con intereses concretos, generando procesos conflictivos, matizados por ciertas

complejidades y particularidades al que se le atribuyen ciertas representaciones en el discurso de la cultura, su apropiación y usos.

Emerge así una discursividad en el campo turístico de la relación turismo y patrimonio, en el cual, el primero con un fuerte componente mercantilista y de relación económica objetiva el segundo, con interés de usufructuarlo, llevándolo más allá de su uso social al uso comercial, cambiando la perspectiva de su naturaleza construida, ratificando lo que menciona Prats (2006) que el interés de la patrimonialización no se centra en los elementos patrimoniales, sino en el propio hecho social de convertir parte de la realidad en patrimonio. En suma, desde la óptica del turismo, el patrimonio es un objeto de consumo el cual existe en la medida en que se oferte.

En el marco de los procesos de desarrollo turístico colombiano, y en el discurso tradicional gubernamental, el patrimonio cultural ha sido concebido como un bien público, de propiedad común que pertenece a la nación, a partir del cual se busca la valoración, la apropiación y la reivindicación de la identidad cultural. No obstante, la realidad que se manifiesta el municipio de Honda es otra, puesto que está siendo utilizado, con ciertos intereses y por ciertos actores privados, que hacen que sea demandado y consumido por segmentos específicos del mercado turístico de acuerdo con sus intereses económicos.

Se ha producido una activación del patrimonio cultural (ver figura 17) no por intereses de afianzar la identidad de los habitantes o por reivindicar de manera simbólica el conjunto de representaciones que cimienta el colectivo social del municipio; su activación se ha producido únicamente por las motivaciones turísticas y comerciales, es evidente que detrás de esta motivación cultural hay una estrategia política moviendo las fichas necesarias para unos fines predefinidos, como menciona Prats (1998) sin poder no existe el patrimonio. Es evidente que hay una relación entre los intereses de unos pocos (poderes políticos y económicos regionales) que instrumentalizan

sus acciones por medio del turismo, mimetizando sus intenciones en un producto turístico de connotaciones culturales.

**Figura 18** Interior de la casa museo del expresidente Alfonso López Pumarejo.



*Nota.* Interior de la casa museo de Alfonso López Pumarejo expresidente de Colombia la cual funciona como museo. Fuente: El autor.

Teniendo en cuenta lo anterior, en la última década sectores económicos y políticos regionales manifiestan una urgencia en transformar y declarar en patrimonio el entorno cultural material e inmaterial, las formas de vida y los simbólico de Honda, con propósitos mercantilistas para la apropiación y beneficio de unos pocos, alude a un patrimonio que entra en proceso de selección y activación de ciertos elementos, en detrimento de otros, con el fin de seleccionar qué bienes y qué manifestaciones pueden tener la aprobación de ciertos actores políticos, económicos y sociales para un aprovechamiento con determinados fines.



Esta selección cultural no es algo neutral, todo lo contrario, es algo calculado y premeditado que desde la perspectiva mercantil, selecciona lo que puede ser rentable, articulado a lo que los turistas esperan complaciendo las expectativas del mercado, se reivindica lo que funciona y es viable económicamente e invisibiliza lo que no es atractivo para el mercado; es la lógica del consumo en el que muchos elementos culturales, sobre todo del patrimonio inmaterial no seleccionados, quedan en riesgo de desaparecer o transformarse. En el municipio de Honda la patrimonialización se genera a partir de relaciones de poder, en las cuales se busca el beneficio de actores institucionales y empresariales específicos, por medio de la instrumentalización de la comunidad y sus bienes culturales.

Por otro lado, es imposible deslindar los procesos de patrimonialización en Honda de las situaciones políticas en las que está inmerso, en tanto que, a partir de la producción de su patrimonio se busca generar nuevas narrativas desde la concepción de gobiernos de derecha que se han instaurado los últimos 16 años. Es claro que una forma de legitimar tensiones y conflictos es generar nuevas representaciones en la concepción de identidad de los ciudadanos. Políticamente el municipio de Honda es un territorio de conflicto que ha estado en disputa por partidos políticos de derecha (conservadores) y de izquierda (liberales) que desde la década de los años cincuenta desencadenaron un periodo de violencia que cobró miles de víctimas, conflicto que apenas está menguando con el sometimiento de los grupos armados que se crearon en ese proceso. En ese sentido, “la patrimonialización es un proceso activo de recordar, olvidar y conmemorar que se implementa para ayudar a navegar y mediar el cambio cultural y social, así como temas sociales y políticos contemporáneos” (Van Geert y Roigé, 2014, p. 12).

Para los poderes regionales y locales, el patrimonio se ha constituido en un recurso para la construcción de la narrativa nacional, pero particularmente para afianzar regionalismos y hacer emerger símbolos de la cultura local, que rivalicen con concepciones distintas en los mismos

contextos regionales, estas formas alternativas de hacer patrimonio se han identificado en el municipio de Honda, incluso generando confrontación con las concepciones patrimoniales instituidas por el estado; en estas confrontaciones claramente se identifica una estrategia para el fortalecimiento de los poderes políticos locales quienes tienen la capacidad de gestionar los recursos culturales a recursos económicos, en coherencia con lo que propone Del Marmol (2012) quien entiende los procesos de patrimonialización desde una perspectiva foucaultiana de “tecnologías de poder” como formas de gobernabilidad que facilitan nuevos modelos económicos en la reproducción del sistema capitalista.

De igual manera, el proceso de patrimonialización que se ha gestado en el municipio de Honda hace parte de un ejercicio de exclusión premeditado con la intención de invisibilizar las formas culturales de los marginados (campesinos, afrodescendientes, indígenas e inmigrantes) los cuales han ejercido resistencia a los poderes políticos regionales que hegemónicamente los han dominado y a los cuales permanentemente les han exigido cambios significativos en las estructuras sociales y en las relaciones de poder preexistentes.

Históricamente los campesinos en Colombia han estado en abandono por parte del estado y esperando la anhelada reforma agraria que transformaría el campo como el motor de desarrollo y prosperidad social del país. No obstante, la reforma no llegó y el campo colombiano se transformó en el foco de conflicto entre grupos insurgentes que reivindicaban el derecho a la tierra y grupos paramilitares que protegían los intereses de grandes hacendados. Hoy el campo colombiano es premoderno y tiene más parecido con la época feudal que con la modernidad, pues las tierras cultivables pertenecen a unos pocos señores terratenientes con grandes extensiones y el resto carece de ella o sobre vive en pequeños minifundios. De esa manera, la ausencia del estado es el causante de muchos de los conflictos, y los campesinos como sector olvidado por décadas reciben de frente los embates del conflicto y la pobreza.

De otro lado, los afrodescendientes hoy, al igual que en la colonia, siguen padeciendo una situación social difícil, pese que la abolición de la esclavitud en Colombia se realizó en el año de 1851 continúan siendo marginados, discriminados y excluidos reportando los niveles más altos de pobreza multidimensional, pues las limitaciones en el acceso a la tierra, a la educación, al empleo de calidad y a la vida digna, es una forma de violencia que se ejerce por parte del estado, a partir de su abandono y la no satisfacción de sus necesidades. No es solo una forma de exclusión económica la que ejerce los gobiernos y las formas de poder territorial, también es una exclusión a su identidad, su cultura y su legado. En el caso de Honda es una población que se ubica en una región rica en recursos naturales, pero no están al alcance de ellos pues solo son contemplado como mano de obra barata y exclusivamente operativo. De la misma manera su identidad y cultura no se reivindica en las practicas turísticas y culturales actuales.

En el caso de los indígenas la realidad no es muy distinta a la de otras minorías, pues también padecen el abandono del estado y por ende, el yugo del conflicto interno que los ha desplazado y les ha arrebatado sus tierras, muchos indígenas de la familia Pijao han migrado desde el sur del departamento del Tolima y se han asentado en el municipio de Honda ocupando pequeñas parcialidades y dedicándose a la pesca, al trabajo jornalero en haciendas ganaderas y otros tantos en el comercio informal.

Finalmente, los inmigrantes venezolanos que se han radicado en Colombia según cifras de Migración Colombia a julio de 2023 se estiman en 3.458.000 personas, quienes han salido de su país buscando mejores horizontes para ellos y sus familias y la mayoría de ellos se encuentran en condición de vulnerabilidad. La presencia de la diáspora venezolana en el municipio de Honda es bastante significativa, pese a que no se tienen datos estadísticos locales, la mayoría de ellos se ha integrado productivamente principalmente en el sector comercial informal y en actividades operativas. No obstante, la xenofobia aumenta en cifras alarmantes en la medida que se sienten

como una amenaza a la empleabilidad de los locales. Ante la falta de oportunidades se emplean en el sector informal y otros con menos suerte terminan en actividades de mendicidad, por lo cual, se les asocia como una amenaza a la seguridad y un problema de índole social.

Estas nuevas concepciones patrimoniales desde la óptica productiva del turismo como industria, excluye movimientos sociales conformados por campesinos, indígenas y marginados en pobreza extrema (ver figura 18) los cuales, en principio, buscan el reconocimiento de su condición, su identidad y la reivindicación de derechos fundamentales, como una forma de contrapoder a lo instituido, valiéndose de su patrimonio material e inmaterial; así entonces, la patrimonialización como estrategia de poder genera una delimitación premeditada de los espacios políticos como forma de control social.

**Figura 19** Artesano pescador. Honda Tolima



*Nota.* Indígena tejiendo atarraya para la faena de pesca de manera artesanal en una vivienda de la ribera del río Magdalena. Fuente: El autor.

En el discurso cultural oficialista de los entes gubernamentales y del mercado turístico, su narrativa privilegia lo monumental, arquitectónico e histórico asociado al periodo de colonia y su apogeo comercial durante tres siglos (el museo, el puente, la casona, el monumento, el busto, el centro histórico, la hacienda, las calles empedradas, las iglesias, etc.). No así, las manifestaciones culturales de los indígenas y sus descendientes en la región tampoco están incluidas las morfologías culturales de los afrodescendientes allí asentados por algo más de dos siglos, estas dos connotaciones apenas se mencionan, no están incluidas en el lenguaje del discurso oficial ni se referencian en el producto turístico ofertado.

El turismo como industria, desde la concepción capitalista consumista construye un imaginario sobre lo que quieren comprar y consumir los denominados nuevos viajeros o posturistas haciendo uso de la psiquis a partir de sus motivaciones, gustos, preferencias; es la creación de un nuevo paradigma frente a lo que aparentemente quieren ver, sentir y creer, así entonces, como dice Pérez (2010) la cultura es apropiada por empresas e instituciones, transformada y normalizada para un consumo que requiere de la repetición y el dinamismo para adaptarse al mercado del ocio.

De cierto es que el proceso de patrimonialización en el municipio de Honda se articula a las consecuencias del denominado “giro cultural” en esa transición que va de lo social a lo cultural, en tanto que el discurso del patrimonio se instaura en las agendas públicas frente a la necesidad de su defensa, sin desconocer que esos procesos de patrimonialización son redituables y capitalizables.

El verdadero giro se entiende, cuando se identifica planamente que desde el orden gubernamental nacional, regional y local, se produce un desplazamiento de las demandas sociales (participación política, educación, salud, inversión en infraestructura, empleo, etc.) por las demandas culturales que exige la economía de mercado, en donde los intereses sociales pasan a un segundo orden, puesto que priman los intereses privados que son un activo político en la denominada economía cultural.

El actual gobierno colombiano (2018-2022) determinó que uno de los principales ejes de desarrollo del país sería la economía naranja, atendiendo una promesa de campaña a sus electores, a quienes prometió que la economía cultural sería la fuente de desarrollo económico del país en ese cuatrienio. La economía naranja de acuerdo con la Estrategia Colombia Crea de la Presidencia de la República de Colombia (2020) se entiende como:

Fortalecer y crear mecanismos que permitan desarrollar el potencial económico de la cultura y generar condiciones para la sostenibilidad de las organizaciones y agentes que la conforman, en concordancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Se pretende propiciar condiciones para generar empleo digno en el sector cultural, apoyar la materialización de nuevas ideas creativas y productos innovadores, fortalecer los saberes ancestrales, las prácticas del patrimonio cultural y la transmisión de conocimientos tradicionales. (p. 18).

Lo cierto es que la denominada economía naranja tiene dos propósitos, el primero producir beneficios económicos a partir del aprovechamiento de los recursos culturales (ver figura 19) y el segundo para producir beneficios sociales desde los significados y los símbolos colectivos y el afianzamiento de la identidad de las comunidades.

**Figura 20** Catedral de Nuestra señora del Rosario.



*Nota.* Catedral construida a mediados del siglo XVII y declarada Patrimonio Cultural de la Nación Fuente: El autor.

La política de estado en Colombia privilegia la primera concepción desde la aparente necesidad de poner en valor el patrimonio, es un movimiento reciente que se presenta en el país, el cual ha iniciado una transición de una política de protección del patrimonio a una de usufructo, claramente pone en discusión la dicotomía entre el valor de uso vs el valor de cambio. El valor de existencia es el valor en sí mismo unido a su existencia, disponible para todos los que a bien tengan apreciarlo, de acuerdo a lo anterior y desde la concepción de Greffe (2004) el patrimonio desde lo institucional es tomado como valor de uso alejado de lo monumental-cultural y más cercano al componente económico a partir de la puesta en valor de bienes culturales, desde el desarrollo social y comunitario, en ese sentido, desde el contexto del área de estudio, se debe reconsiderar el valor económico del patrimonio en un país que comulga con el neoliberalismo y la máscara de las industrias culturales como factor de desarrollo social a partir de la fabricación de nuevos significados patrimoniales.

Desde el punto de vista de las comunidades se identifican otras problemáticas afines y elementos de tensión: la incertidumbre frente a su rol en un destino que los oferta como un bien más de consumo, el nuevo significado que le dan a su territorio y espacio vivido en la lógica del mercado turístico, cómo asumir su identidad en un destino que apuesta a la teatralización y puesta en escena, en una práctica turística artificial pensada para los turistas de masas y fundamentalmente, la relación de la comunidad con su patrimonio y el conflicto con agentes externos.

En contexto, surgen cuestionamientos sobre ¿cómo afecta la patrimonialización de los bienes y manifestaciones culturales a la comunidad de Honda? ¿Cómo influye en sus dinámicas cotidianas y en la relación con su entorno? En ese sentido, la patrimonialización manifestada en el municipio de Honda presenta una doble intencionalidad, por un lado, mantener la memoria de lo

histórico, arquitectónico y cultural (ver figura 20) actuando sobre la identidad y, por otro lado, como vector de generación de recursos económicos por medio del turismo Alcalde *et al.* (2012).

**Figura 21** Plaza de mercado. Honda Tolima



*Nota.* Plaza de mercado levantada entre 1917 y 1935 con 138 columnas se conoce como el Partenón del Tolima. Fuente: El autor.

Es evidente que se presentan consecuencias en los procesos de patrimonialización y turistificación, en las comunidades que tienen relación directa con los bienes y manifestaciones culturales, puesto que este tipo de capitalismo turístico representa un modelo de desarticulación de las relaciones socioculturales al introducir la cultura del mercado. También se constituye en una estrategia de territorialización de ciertos sectores a través de la delimitación y el control de ciertos recursos culturales, como estrategias e instrumentos para ejercer poder en el denominado territorio



turístico de Honda. Pertinente entonces conocer cuál es el conjunto de entes e instituciones de carácter público y privado que tienen injerencia directa en esos procesos, para lograr comprender los intereses y motivaciones detrás de un despliegue de recursos en función de posicionar un destino desde la perspectiva del turismo.

La turistificación es una etapa simultánea a la patrimonialización de los bienes y manifestaciones culturales del municipio de Honda, en tanto que esos hechos históricos, sociales y culturales han sido puestos en valor para el mercado turístico, el cual le ha otorgado ciertas características que permiten comercializarlo, en ese sentido, es difícil distinguir la frontera entre una turistificación para aprovechar y valorar un recurso cultural y una turistificación con propósitos monetarios y mercantiles. La patrimonialización desde las concepciones planteadas en el documento, tiene intereses eminentemente mercantiles en morfologías turísticas como: turismo urbano, turismo arquitectónico, turismo cultural; una especie de “ludificación” del centro histórico según Baptista (2005), el cual ha sido vendido como una forma de revitalización del centro histórico de Honda, en tanto que posee bienes arquitectónicos importantes y susceptibles de ser puestos en valor, que otrora estuvieron degradados y en proceso de gentrificación.

Los procesos de turistificación gestados por los agentes turísticos regionales, en concurso con actores políticos e intereses empresariales privados, han desencadenado una serie de problemáticas asociadas a la dinámica turística-mercantil en el municipio, por un lado, el desplazamiento asociado a la especulación en los precios de bienes y servicios, al igual que los costos inmobiliarios, lo cual ha generado que muchos de sus habitantes se instalen en las periferias o por fuera del municipio, ante la imposibilidad de pagar los altos precios, generándose así, un despojo material y simbólico de los residentes del casco urbano histórico de Honda; por otro lado, el entretenimiento nocturno cargado de máximos decibeles que perturban la tranquilidad al igual

que la borrachera colectiva que desencadena en excesos y actos obscenos, afectan la habitabilidad de la comunidad.

Desde el discurso político y empresarial se argumenta que el turismo cultural contribuye significativamente a la revitalización del centro histórico, dinamizando las economías locales, generando nuevas fuentes de empleo, en las cuales aparentemente los mayores beneficiarios son los jóvenes y las mujeres, que de igual manera se fortalece la cadena de valor del turismo y lleva prosperidad económica y social al municipio. No obstante, la realidad es otra, en esta economía turística se apuesta más a la precarización de las condiciones laborales, trabajos mal remunerados y sin prestaciones sociales.

Cualquier desarrollo turístico asociado a la cultura y el patrimonio de un pueblo, demanda revalorar críticamente la memoria colectiva, sus prácticas, tradiciones y lugares, con creaciones que generen autenticidad e identidad, con el propósito de que se pueda generar desarrollo turístico con conciencia cultural, a partir de patrimonios heredados. Así entonces, se parte de varios interrogantes básicos: ¿por qué determinados bienes y manifestaciones son seleccionados para procesos de patrimonialización por parte de instituciones del estado? ¿Cuáles son los criterios de selección que tienen las instituciones para procesos de patrimonialización? ¿Cuál es el nivel de participación e injerencia por parte de los actores locales? ¿Qué tipo de beneficios y repercusiones percibe la población local? ¿Por qué posterior a la patrimonialización se manifiesta la turistificación? ¿Quiénes son los verdaderos beneficiados con estos procesos? ¿Por qué surgen relaciones y alianzas entre lo público y lo privado tanto en la patrimonialización como en la turistificación?

### **3.1 Objetivos de la investigación**

#### ***3.1.1 Objetivo general***

En la triada turismo, patrimonio y territorio se busca comprender las relaciones y dinámicas que se gestan en torno a la gestión turística y patrimonial, a partir de la cual, se manifiestan intereses de sectores hegemónicos que buscan influir y ser determinantes en lo que debe ser puesto en valor, reconocido y legitimado, a expensas de excluir la voz, la identidad y la representación de quienes históricamente han permanecido invisibilizados y marginados por sectores dominantes del municipio; en ese sentido, el objetivo general que plantea esta tesis doctoral es:

Analizar el proceso de patrimonialización que se ha gestado en el municipio de Honda en los últimos años, a partir del uso de determinados bienes y manifestaciones culturales y en el marco de los intereses del mercado turístico.

Conocer el proceso de patrimonialización implica el análisis de otras dimensiones que de manera transversal pueden contribuir con un marco general de comprensión, pues en él, se ven relacionados distintos actores que se encuentran situados en contextos relevantes, quienes se ven involucrados directa o indirectamente, pues interactúan en un conjunto de relaciones las cuales en la mayoría de las veces resultan en tensiones y conflictos, máxime, cuando de por medio está el control político del territorio con propósitos mercantiles en beneficio de unos pocos, lo cual desencadena consecuencias que dependiendo del sector y del actor resulta en ventaja o desventaja.

### ***3.1.2 Objetivos específicos***

En consecuencia, se plantean tres objetivos específicos que desde su nivel de conocimiento y contruidos a partir de un proceso coherente contribuirá con el logro del objetivo general que aquí se propone. De esta manera, el abordaje de los procesos de patrimonialización a partir del contexto mencionado implica el estudio independiente pero interrelacionado, para lo cual se propone:

Identificar a los distintos actores que se ven implicados en los procesos de patrimonialización turística analizando el conjunto de relaciones y tensiones suscitadas a partir de los intereses de cada sector en relación con los beneficios del turismo.

Conocer las dinámicas comerciales y mercantiles que son motivadas y llevadas a cabo por la actividad turística en el territorio dando lugar a la turistificación del destino una vez ha sido objeto de patrimonialización.

Analizar las consecuencias derivadas de los procesos de patrimonialización y turistificación en las comunidades y el territorio.

En suma, se trata de poner en contexto y desde una línea espacio temporal, los actores, las dinámicas y las consecuencias, en relación con la patrimonialización de Honda, buscando identificar las resistencias, tensiones y conflictos que han sido provocados por las ideologías políticas y los intereses económicos que se han articulado para poner en valor un patrimonio común en función de intereses particulares.

### **3.1.3 Hipótesis**

Las primeras indagaciones realizadas en el municipio de Honda respecto a cómo se ha gestado el turismo se dieron durante el desarrollo de una investigación para optar al título de maestría en Estudios Sociales en el año 2016; si bien se buscaba indagar acerca de los aportes del turismo derivados de procesos de planificación gubernamental y los niveles de participación de los actores locales, la interacción y el diálogo con empresarios, operadores turísticos y habitantes de la región, empezó a generar las primeras perspectivas respecto a otras dinámicas que se estaban manifestando pero que no eran de interés primordial del trabajo en desarrollo.

Posteriormente, al hacer las primeras lecturas respecto a la patrimonialización de Honda y su desarrollo turístico, se empezaron a generar otras incógnitas respecto al papel protagónico de ciertos actores que, desde las esferas públicas, en relación con actividades políticas y económicas habían influido para que ese turismo, en su estado deseado se hubiese propiciado. Esas lecturas iniciales construidas desde el margen fueron el punto de partida para definir los objetivos que en esta tesis se plantean, y de igual manera, fueron el fundamento para plantear las hipótesis que a continuación se relacionan.

La primera hipótesis parte de la premisa de que el desarrollo turístico y el reconocimiento patrimonial logrado en el municipio de Honda, no fue algo espontáneo logrado en procesos de planificación concertados y de largo aliento, que sumado a estrategias de orden nacional, regional y municipal lograron posicionar el destino tal como hoy se manifiesta, sino que por el contrario, hay indicios de intervención de los poderes locales atendiendo sus propios intereses por encima de los colectivos, así entonces:

Existe una relación entre los intereses de los poderes políticos y económicos regionales que instrumentalizan sus acciones por medio del turismo, mimetizando sus intenciones en un producto turístico de connotaciones culturales.

La segunda hipótesis parte de la idea de que las diversas formas de poder en los territorios (políticos, económicos, intelectuales) buscan mantener su hegemonía a partir de distintos medios, por lo cual, el turismo y la patrimonialización del territorio sirven como instrumentos para legitimar un discurso y una narrativa, que busca ser impuesta a expensas de la marginación e invisibilización de formas culturales e identidades que incomodan el orden establecido, como en el caso de los afrodescendientes, indígenas, campesinos e inmigrantes, entonces desde esa perspectiva:

La patrimonialización cultural articulada al turismo se constituye en un instrumento que legitima y refuerza identidades y narrativas selectivas imponiendo un discurso cultural que ha sido amañado y oficializado, para desconocer otras morfologías culturales de aquellos que son considerados inferiores, apartándolos y marginados del discurso establecido.

## Capítulo IV. Una mirada a los trabajos previos

### 4 Estado del arte

El estado del arte es un ejercicio investigativo que busca conocer lo que se ha estudiado respecto a determinado fenómeno u objeto de estudio señalando límites, posibilidades y la dinámica sobre cómo se ha desarrollado la descripción, comprensión y explicación del fenómeno en cuestión Uribe (2005). En síntesis, es un ejercicio metódico que busca revisar lo que se ha escrito y publicado sobre un tema específico motivando un análisis crítico de la información relevante, lo cual debe conducir a una reflexión sobre las tendencias o vacíos en el área de interés.

La elaboración del estado del arte en esta tesis pretendió indagar los procesos de patrimonialización de bienes y manifestaciones culturales; su relación con los organismos gubernamentales y la influencia de los poderes políticos y económicos, tratando de comprender cómo se gestaron, desarrollaron y concluyeron estos procesos y sus repercusiones para las comunidades locales. Esta indagación supuso un rastreo espacio temporal minucioso y ordenado, para poder comprender el papel preponderante del sector turístico y su rol de actuación respecto al patrimonio y la cultura. El rastreo bibliográfico se orientó a identificar autores en un contexto inicialmente local, para luego transitar al nacional y finalmente al internacional, a partir de los cuales, se pudieran identificar problemáticas y discusiones similares al objeto de estudio aquí propuesto. Todo esto con el propósito de identificar las principales categorías utilizadas para construir las investigaciones y que a su vez propiciaran una mirada multipolar que permitiera recuperar conceptos, teorías y metodologías, desde las cuales como investigador interrogo y cuestiono en relación al objeto de investigación que me propuse construir.

A partir de la estructura de búsqueda, sistematización y análisis de los estudios encontrados, se tuvo en cuenta un criterio de valoración respecto a lo teórico-conceptual y el problema abordado, desde allí tres consideraciones fundamentales orientaron el rastreo: en primer lugar, entender el abordaje conceptual y teórico de la patrimonialización cultural en territorios distintos o bien con algunas similitudes desde las prácticas turísticas; en segundo lugar, la indagación se centró en poder dilucidar el nivel de influencia e injerencia de los organismos y administraciones gubernamentales en la gestión cultural con propósitos de patrimonialización con fines mercantiles y en tercer lugar, para el rastreo bibliográfico asociado a la influencia del poder político y económico, se priorizaron estudios que involucraran declaratorias a nivel nacional e internacional por parte de organismos reconocidos. Es de mencionar que la búsqueda de fuentes documentales para la construcción del estado del arte estuvo orientada de manera constante desde un enfoque constructivista, como una forma de construir conocimientos propios para vincularlos en el contexto geográfico de la presente investigación.

De esta manera en el primer rastreo bibliográfico Chavez *et al.* (2010) en su investigación denominada: “Mercado, consumo y patrimonialización cultural realizada para el Instituto Colombiano de Antropología e Historia ICANH, Revista Colombiana de Antropología”, examina los escenarios de las intervenciones de distintos actores en la patrimonialización y el mercado de bienes culturales junto con los conflictos de poder que se derivan de estos procesos.

Como elemento central de la investigación se menciona que las políticas del patrimonio cultural que emanan del gobierno colombiano no se presentan como una respuesta a los intereses económicos de las comunidades, pero se puede dar por hecho que son coherentes con las preocupaciones sobre la propiedad, uso y circulación de los bienes patrimonializados. De la misma manera, las políticas patrimoniales han contribuido a la mercantilización y comercialización de los bienes estimados para conservación, esto invita a la reflexión de los actores vinculados a estos



procesos directa o indirectamente respecto a cuáles deberían ser los verdaderos usos patrimoniales sin que el capital esté de por medio más que para garantizar su conservación.

Es frecuente que muchos de los actores que participan en procesos de gestión cultural de manera paralela pueden tener intereses económicos y políticos como en el caso del Carnaval de Barranquilla, pues su patrimonialización generó disputas económicas, políticas y simbólicas entre diversos grupos de interés incluido el gobierno departamental y el nacional.

Como conclusiones se menciona que respecto a la patrimonialización es necesario un trabajo permanente de veeduría y vigilancia respecto a los límites de acción de los actores que intervienen en procesos de gestión patrimonial de tal manera que los intereses políticos y económicos no permeen los propósitos nacionales de acercamiento cultural. De igual manera, es fundamental tener en cuenta que las políticas estatales de patrimonialización se adaptan según las características del territorio y su juego de jerarquías.

De esa manera, este trabajo se relaciona con esta tesis, desde una mirada en el rol que cumplen las políticas públicas sobre los usos del patrimonio, en cuenta a los límites y posibilidades que se presentan para articular a los procesos de patrimonialización, sin descuidar los intereses de conflicto que recaen sobre los actores relacionados.

En cuanto al trabajo de Díaz (2010) titulado: *Patrimonialización, construcción de identidades y formación del estado en Puerto Santander y San Martín Meta, Colombia*, tuvo como propósito hacer una revisión de los procesos de patrimonialización en torno al patrimonio arqueológico y el patrimonio inmaterial en Puerto Santander y San Martín en el departamento del Meta Colombia.

El trabajo propicia una reflexión sobre la naturalidad con la que se legitima lo que es y será patrimonial, de acuerdo a intereses que anteponen la patrimonialización por encima del patrimonio,

esto en coherencia con lo que actualmente dictaminan ciertas legislaciones, o también desde las acciones de “sensibilización” y “apropiación” patrimonial para las comunidades.

Los procesos de patrimonialización en los dos municipios muestran que para las comunidades el reconocimiento como patrimonio está sujeto a una declaratoria emitida por el ente oficial encargado, por lo cual, para los que desde el discurso promueven las declaratorias en el ámbito local con fines de patrimonialización, el estado es el actor legitimador capaz de nombrar y reconocer aquello que tiene valor legítimo de ser reconocido siempre y cuando atienda los intereses de los gestores, que casi nunca son las comunidades.

Entre las conclusiones del trabajo se tiene que para que algo sea considerado como patrimonio dependerá de un momento histórico particular por el que esté pasando el territorio, pues el patrimonio se ha constituido en una herramienta a partir de la cual se puede construir o intervenir una realidad específica. En esa misma vía, el patrimonio no necesariamente debe guardar correspondencia con las identidades culturales del territorio, pues son los sujetos los que construyen los idearios de lo que consideran es cultural y, por ende, reconocido como tal.

La instauración de un proceso de patrimonialización en un territorio no implica que sus habitantes se sientan identificados, en el caso de los dos municipios en los cuales se llevó a cabo la investigación, se evidenció que esos procesos se articulan a políticas que no son participativas, pues excluyen las identidades territoriales a expensas de la instauración de una culturalidad artificial.

La mirada de este trabajo le aporta al proyecto en términos de comprender como la patrimonialización gestionada por las iniciativas estatales se constituye en un dispositivo de reproducción de desigualdades y de violencia política, económica, social y simbólica, respecto a los habitantes del territorio sujeto a esas acciones.

De igual manera, se evidencia una relación entre la patrimonialización y la emergencia en construir una identidad regional, a partir de relatos artificiales que de manera parcializada pretenden construir una memoria de ciertos sectores a expensas de la invisibilización de otros.

En cuanto a la investigación realizada por Vélez (2015) titulada: *De “patiamarillos” y “tierra fueras”: Encuentros, desencuentros y conflictos en tiempos de patrimonialización pretende realizar un análisis de los efectos de la patrimonialización en el municipio de Barichara Santander*, teniendo en cuenta que con la declaratoria de patrimonio cultural de la nación otorgada por el gobierno nacional, ha contribuido a la implementación un proyecto cultural, político y económico por medio del turismo, con el fin de posicionar el municipio en el mapa turístico del país.

En torno al municipio de Barichara se ha construido un imaginario a partir del marketing turístico respecto a las definiciones del “pueblo más lindo de Colombia” y “paraíso colonial detenido en el tiempo”. Imágenes culturales que se han construido con el propósito de captar turistas que consuman bienes y servicios en el destino para fortalecer la economía doméstica. En esa misma vía, la declaratoria de patrimonio cultural de la nación, la estrategia de marketing y el posicionamiento turístico, han hecho de este municipio un destino atractivo de residencia permanente de artistas, académicos, políticos y empresarios, muchos de ellos en retiro, los cuales encuentran en este territorio “autóctono y tradicional” un lugar para realizar un proyecto de vida o para finalizarlo según sea el caso. Estas situaciones migratorias han ocasionado impactos significativos principalmente en lo que corresponde a la especulación en los precios aumentando el costo de vida a los habitantes tradicionales.

Como conclusión se estableció que con la patrimonialización de Barichara se estimuló la llegada de foráneos con recursos económicos altos que se han asentado allí de manera permanente generando cambios sociales, económicos y demográficos importantes. Estos cambios acentúan las

diferencias sociales, en lo que la autora menciona como modalidades: la integración (los encuentros), la segregación (los desencuentros) y el conflicto (las tensiones).

Desde la perspectiva de esta investigación, se tomó para el proyecto que, en efecto, la patrimonialización turística es un agente generador de segregación social, puesto que marca diferencias entre los habitantes locales y los nuevos residentes, fronteras que están determinadas por la capacidad adquisitiva de ambos actores, lo cual conduce a tensiones y conflictos que agravan mucho más los distanciamientos. En ese sentido, la patrimonialización tiene la capacidad de ser punto de encuentro entre personas socialmente Homogéneas, pero también tiene la capacidad de distanciar desde la diferencia y la heterogeneidad que se puede llegar e encontrar en los territorios turísticos y culturales.

Respecto al trabajo de maestría de Nieto (2016) titulado: *Turismo y patrimonialización de los bienes culturales del norte del Tolima, una forma de valoración, divulgación y educación cultural*, se propone un ejercicio de reflexión, el cual pretende establecer el vínculo complejo entre el espacio geográfico de la Provincia Norte del Tolima, el fenómeno turístico y sus prácticas relacionadas en la constitución de un espacio cultural. Para tal fin, se estudió la morfología urbana, tanto sus calles como construcciones, para identificar el elemento cultural existente y susceptible de ser patrimonializado, al igual que el conjunto de manifestaciones propias del patrimonio inmaterial, que son inherentes al espacio geográfico estudiado y finalmente las percepciones y valoraciones de los habitantes de los municipios, con el propósito de comprender el significado y el valor que otorgan a su espacio cultural y la serie de representaciones que asocian respecto a sus bienes patrimoniales y la turistificación de su espacio habitual.

Esta investigación parte de la idea de que el territorio esta culturalmente construido por sus habitantes confiriéndole un reconocimiento como espacio cultural, a partir del valor simbólico, el cual lo eleva a categoría de patrimonio. La patrimonialización está dada por el reconocimiento de

los actores sociales que lo reconocen como valioso y parte constitutiva de su identidad. De esa manera, el turismo objetiva el espacio cultural del norte del Tolima como un lugar de reflexión a partir de sus acontecimientos históricos reafianzando la identidad colectiva. La patrimonialización del territorio se construyó a partir de su cultura, tradición y memoria como formas de apropiación y territorialización del espacio.

El trabajo concluye que la patrimonialización del territorio mostró la capacidad de transformación hacia la valoración cultural, la recreación de las identidades locales y diversas situaciones que propician la producción y creación cultural. Lo bienes de naturaleza mueble e inmueble, más las manifestaciones de su patrimonio inmaterial, son reconocidos como importantes y valiosos, tanto por los habitantes que sienten empatía por su historia y pasado común y por los turistas que reconocen con sentido de valoración el acervo cultural tolimense. Al turismo se le atribuye su capacidad de patrimonialización desde la óptica de la concertación y la mediación desde una nueva discursividad de lo cultural, la cual permea a los agentes institucionales y empresarios locales para hacer del turismo el puente que conecte al patrimonio con el gran público y de esa manera, se alcancen los objetivos de conservación y divulgación cultural en el marco de la sostenibilidad.

Este trabajo aporta a la investigación una mirada de la patrimonialización desde una perspectiva positiva, en la cual, ese proceso resulta de la integración y sinergia entre la comunidad local, los entes gubernamentales, el sector empresarial y los viajeros. La patrimonialización concertada es un elemento fundamental en la planificación turística de un territorio de características culturales, pues logra integrar los agentes determinantes, a partir de un plan de trabajo conjunto y de mutuo beneficio.

En la investigación desarrollada por Sánchez (2015) denominada: *Patrimonialización y turismo en el parque Arví*. Un estudio sobre los usos del patrimonio arqueológico en un área

protegida de Antioquia propone un análisis sobre los usos políticos y económicos del patrimonio arqueológico; una mirada desde la producción de espacios patrimoniales en relación con los procesos de acumulación del capital. Dentro de los elementos centrales de la discusión está la reflexión sobre los discursos de la arqueología frente a los usos y valoraciones del patrimonio en los cuales se evidencian las tensiones entre actores y los juegos de poder.

Una de las discusiones centrales del trabajo es que la patrimonialización se instrumentaliza en función del capital y sus utilidades espectacularizando y atribuyendo valores excepcionales a territorios naturales y culturales, para construir desarrollos turísticos y proyectos inmobiliarios que terminan fortaleciendo cadenas comerciales que directa o indirectamente se articulan a la gestión patrimonial por medio del turismo.

La patrimonialización en el marco de la modernidad es coherente con el ideario de los estados nacionales, en donde se reproducen las relaciones de poder y, por ende, las asimetrías. Es desde allí en donde se define que debe ser reconocido y que no, que debe ser patrimonializado y que no, atendiendo el juego de la singularización de jerarquías, en los que ciertos elementos quedan subordinados y otros desaparecen según intereses, no sin antes haber sido sometidos a validaciones jurídicas, políticas y académicas.

En ese sentido, el patrimonio es utilizado como un instrumento geopolítico de acuerdo con intereses del territorio (gestión, planificación, ordenamiento) y como los marcos administrativos y jurídicos se encuentran avasallados y sometidos a los poderes hegemónicos. La patrimonialización privilegia la conservación sin tener en cuenta otras necesidades importantes de las comunidades que habitan esos territorios, pues esa conservación está asociada a las prácticas turísticas como vía para lograr la sostenibilidad económica de los destinos, asociándolo con consumos elitistas bajo la premisa de democratización de lo público, para finalmente terminar como procesos excluyentes y articulados a intereses específicos.

Un aporte significativo de este trabajo es ver que la patrimonialización desde el “discurso patrimonial autorizado”, es utilizado como una estrategia de control territorial, cuyo objetivo es la conservación y apropiación, los cuales han servido como una maniobra geopolítica para evitar la llegada de asentamientos humanos informales en el área arqueológica, pero a la vez, busca la consolidación de una imagen de la ciudad que pretende vender marca para que a futuro, se puedan desarrollar proyectos de vivienda en sus alrededores de manera formal y organizada. Desde esa perspectiva, la patrimonialización ha instrumentado al patrimonio dentro de una lógica capitalista en la que se entrecruzan diversos actores que buscan sus beneficios y generación de rentas.

Desde el trabajo de la maestría de Obezo (2013) titulado: *Turismo, patrimonio y etnicidad: dinámicas del turismo étnico-cultural en San Basilio de Palenque* realizó un análisis de la estrecha relación de las declaratorias de patrimonio cultural y la industria turística particularmente en los procesos de patrimonialización sucedidos en el espacio cultural de San Basilio del Palenque en el departamento de Cartagena. Se pone en evidencia la carga simbólica de este tipo de declaratorias y la instrumentalización del patrimonio para la mercantilización cultural.

Como elemento central de análisis en el trabajo, se sostiene que la declaratoria de Bien de Interés Cultural por parte del gobierno de Colombia y la declaratoria de Espacio cultural como obra maestra de del patrimonio oral e inmaterial de la humanidad por parte de la UNESCO, están fuertemente influenciadas por un criterio de mercado, en donde conviven paralelamente las intenciones de salvaguardia de esas formas culturales y por otro lado, su mercantilización por medio del turismo. Estos dos criterios actúan como determinantes en el significado y valor simbólico para la comunidad de Palenque cuyas producciones culturales robustecen la oferta turística.

En esa vía se estableció que la patrimonialización de San Basilio del Palenque esta articulada a un discurso oficial-empresarial, que reiterativamente hace alusión a su pasado histórico

asociando la herencia africana, la condición de esclavitud de sus ancestros, la resistencia colonial a la explotación humana y la gesta libertaria, desde esa perspectiva se comercializa un espacio cultural evocando una cultura primitiva, atrasada y premoderna. Desde ese contexto, toda patrimonialización necesita su narrativa propia para la reproducción de discursos en los cuales unos se sienten identificados, otros se sienten atraídos y otros se sienten beneficiados.

Este trabajo permite comprender algunos elementos críticos que se presentan en las iniciativas de patrimonialización que son orquestados desde los intereses particulares, sin articularse desde un proceso de planificación turística colectivo, concertado y participativo; pues las comunidades son las primeras en recibir los impactos y embates de la resultante masificación turística en espacios frágiles que no han sido preparados apropiadamente. Todo esto aunado la teatralización y puesta en escena de nuevos dispositivos culturales, que respondan a las necesidades del mercado y que al mismo tiempo de manera paradójica garanticen su salvaguardia.

Es necesario armonizar los discursos entre la protección y salvaguardia del patrimonio cultural y el desarrollo turístico de los destinos, pues la patrimonialización planificada y concertada puede repercutir en beneficios tangibles para las comunidades como posibilidad de mejora en las condiciones de vida usualmente precarias. La unilateralidad mercantil debe ser reevaluada pues la prioridad son las singularidades culturales de los territorios.

Por su parte Posso (2015) en su artículo titulado: *Patrimonialización, especulación inmobiliaria y turismo: gentrificación en el barrio Getsemaní* plantea que el barrio Getsemaní de Cartagena de Indias en la última década se ha enfrentado a situaciones de choque generadas por el turismo y las respectivas tensiones asociadas a la constitución de barrio cultural que bien puede ser sostenible o completamente gentrificado.

EL turismo es una agente transformador que cambia las dinámicas urbanas y sociales pues va generando sustitución de vecinos, en el caso del barrio Getsemaní logró deslindar la barriada



popular asociada a la marginalización a partir de los incrementos en el suelo y los servicios públicos presionando su desplazamiento para luego sustituir por habitantes “amables” artistas, bohémicos, residentes extranjeros y comerciantes interesados en las nuevas posibilidades de negocio, a todas luces desencadenó problemáticas de segregación urbana con el ánimo de transformar el barrio en un museo de edificaciones.

El “nuevo barrio cultural” pasó a ser zona cool, con toda una industria del entretenimiento que progresivamente se fue instalando en las casas que otrora eran de residentes humildes. Hoy restauradas alojan discotecas, bares, restaurantes, hostales y tiendas de recuerdos; todo lo anterior motivando el microtráfico, el turismo sexual, el desorden y los excesos. De cualquier manera, esto ha sido propiciado desde las estrategias comerciales de marketing turístico de la ciudad con el Sello de “Colombia inolvidable” orientada a turistas extranjeros para que vivan “una noche de fiesta en el barrio Getsemaní de Cartagena de Indias”.

El trabajo concluye que el antiguo barrio Getsemaní histórico, popular, humilde y tugurizado, ha sido transformado higienizado, culturizado y puesto en condiciones para nuevos residentes, los cuales contribuyeron con la expulsión de colegios, sedes administrativas, vendedores ambulantes y otros residentes que no encajaban en el nuevo ideal de habitante de ciudad modernizada. Todo lo anterior influenciado por procesos de gentrificación atribuidos a iniciativas de revaloración cultural y desarrollo turístico orquestado por agentes económicos e institucionales; fenómeno que se ha repetido en sitios históricos como Santa Marta, Mompox, Villa de Leyva y Barichara, entre otros.

De este trabajo se toma como referente que la patrimonialización y la gentrificación son procesos que multiplican las desigualdades sociales y apartan del patrimonio a sus propios habitantes. Reproducen la omisión sistemática de las acciones gubernamentales en función de preservar y proteger la honra y bienes de sus ciudadanos más desprotegidos y en condición de

vulnerabilidad, pues de manera cómplice y por omisión infundada, se asocia a los intereses político-económicos que buscan el desarrollo de iniciativas lucrativas a expensas de la expulsión y el desplazamiento generando costos enormes respecto a la identidad y el valor simbólico de su territorio.

Desde esa perspectiva Cote (2014) en su artículo denominado: “El Patrimonio como espacio de conflicto en Barichara, Santander, revista Jangwa Pana”, realiza un análisis contextual sobre los procesos de patrimonialización de las manifestaciones culturales, la conflictividad y tensiones como consecuencia de la llegada de agentes externos que resignifican el patrimonio cultural a expensas de los actores locales y la administración gubernamental.

Esta recopilación tiene como propósito contextualizar el objeto de estudio de esta tesis en otros espacios territoriales a nivel local regional e internacional, para poder establecer elementos en común que permitan una mayor comprensión del fenómeno de estudio.

Se realizó una investigación de carácter cualitativo utilizando técnicas propias de la etnografía para identificar agentes, recoger percepciones y encontrar criterios de definición del patrimonio a partir de los discursos como de las prácticas; se valió de la observación participante, las entrevistas en profundidad y las fuentes secundarias de información.

La investigación que se desarrolló permite evidenciar que el proceso patrimonial en Barichara ha sido fuertemente estimulado por los procesos de planificación y promoción turística haciendo hincapié en la denominada cultura local y su trabajo artesanal, por lo tanto, el perfil patrimonial y turístico del municipio se ha nutrido con personajes del ámbito cultural que empezaron a llegar desde la década de los años 1980, a los cuales se les denomina los “nuevos vecinos” la cual la conforman artistas, catedráticos universitarios, profesores, investigadores, arquitectos y políticos en retiro, muchos de ellos desempeñándose como gestores culturales.

Se menciona que muchos agentes del municipio manifiestan su inconformidad y escepticismo respecto a las instituciones y sus instrumentos de gestión del patrimonio cultural, no se evidencia una utilidad de la abundante normativa que ampara la declaración del municipio, cuya actuación termina siendo más policiva enfocada en la vigilancia de los proyectos de intervención.

El estudio evidenció que muchos de los esfuerzos gubernamentales para la gestión del patrimonio cultural local, caso “programa Vigías del Patrimonio” que buscó integrar la sociedad civil en la gestión patrimonial, resultó ser una estrategia para canalizar recursos públicos y lograr su administración desde intereses locales.

No se identificó una política pública que se traduzca en acciones en materia de gestión del patrimonio cultural local, dejando un vacío oportunista para los “nuevos vecinos” quienes crean organizaciones sin ánimo de lucro, permitiéndoles cierta maniobrabilidad para realizar obras y acciones de importancia, todo esto con enfoques elitistas que deja importantes beneficios simbólicos y económicos para estos mecenas organizadores.

La investigación permitió conocer que, desde el punto de vista político y administrativo, se maneja el discurso oficial del patrimonio cultural y la apropiación colectiva de sus habitantes. Lo cierto es que los últimos tres planes de desarrollo municipal incluyeron lineamientos, programas y proyectos para la gestión de la cultura, de los cuales se han implementado muy pocos, muchos se presentaron como ideas y no se ejecutaron.

Algunas conclusiones del estudio mencionan que Barichara en términos patrimoniales resulta conflictiva en tanto que alude a una “cultura viva” en permanente resignificación, renovación y recreación; en ese sentido la identidad cultural local está determinada por miradas supralocales tanto en instituciones públicas como privadas y fundamentalmente por los “nuevos vecinos” que apropiaron el nuevo rol de agentes culturales.

Es evidente una pérdida de control respecto a la toma de decisiones y a la gestión del patrimonio cultural local por parte de la administración municipal, pues el control lo tienen los “nuevos vecinos” que controlan el poder político y el capital económico, son ellos los que definen los cambios culturales que tendrán lugar.

Respecto a esta propuesta, el aporte más significativo para esta investigación es que la asociación turismo y patrimonio en el territorio cultural del Barichara, no se da a partir de la mediación y el consenso, sino que, de manera unilateral, los poderes económicos locales actúan sobre el territorio cultural para activarlo por medio del turismo y cumplir sus objetivos económicos.

Por su parte (Royuela y Ramírez, 2015), en su investigación denominada: “Patrimonialización, desarrollo, gobernanza y gubernamentalidad en Malaninco, pueblo mágico, revista de Cultura e Turismo CULTUR”, tienen como propósito analizar los procesos de patrimonialización asociados con la declaratoria de Pueblo con encanto y pueblo mágico. Pone en cuestión el papel de la gobernanza en la gestión del turismo desde la óptica de los habitantes.

Esta investigación permite entender por qué el proceso de patrimonialización se dio paralelo a la llegada de nuevos residentes y turistas residenciales, transformando radicalmente el territorio con implicaciones socioeconómicas profundas, generando inconformidades en los habitantes.

La metodología utilizada por las investigadoras se definió a partir de un enfoque combinado entre lo cualitativo y lo cuantitativo. Se realizaron cerca de cuarenta entrevistas en profundidad a los residentes y a algunos expertos; de igual manera, acudieron a fuentes secundarias de información, la investigación se realizó en un periodo de cinco años.

El municipio de Malinalco está ubicado al suroeste del estado de México es un pequeño poblado con 25,624 habitantes formó parte de la esfera matlazinca y adquirió importancia en la dinámica cultural del altiplano del país, (Royuela y Ramírez, 2015). Su posicionamiento turístico se daría hacia los años setenta motivado por las características rurales del territorio y en la década

de los años ochenta con la construcción de un Club de Golf, ya hacia la década de los noventa se transformó en un polo de recepción de migrantes de altos ingresos que según la autora conformó el denominado turismo residencial.

La investigación encontró que el obtener declaratoria de patrimonio natural y posteriormente otra como pueblo mágico, generó la patrimonialización inicial que permitió la explosión espontánea del turismo en la primera década del nuevo milenio y ranqueando al municipio entre los primeros destinos de turistas extranjeros en México. La patrimonialización tiene unas implicaciones en el contexto local al igual que la gobernanza en todo el proceso de patrimonialización y desarrollo turístico, en donde se identificaron signos preocupantes de inestabilidad social y violencia relacionada al turismo.

Todas las tensiones presentadas en el territorio tienen su génesis desde el descubrimiento de un conjunto arqueológico que fue desarrollado como destino turístico y posteriormente sometido a estrategias agresivas de promoción turística, lo que implica una transformación del patrimonio cultural y con la declaratoria de Pueblo con encanto llegó la segunda con la cual se activaría de manera definitiva.

En ese sentido, puede decirse que la patrimonialización en Malinalco puede ligarse a la lógica de poder afectando el contexto social al cual presume servir, por lo tanto, la definición y construcción del patrimonio está determinado por formas de poder económico, político y cultural de alcance nacional, los cuales se identificaron en inmigrantes y turistas residenciales que hacen parte de élites reconocidas en la ciudad capital. En este proceso de patrimonialización los habitantes del municipio manifestaron que no se les preguntó si querían el turismo, simplemente lo desarrollaron, no hubo consenso para el nombramiento de Pueblo con encanto, tampoco se consultó cuáles serían los referentes culturales con los que la comunidad se identificaría.

En sus conclusiones se menciona que la patrimonialización es una estrategia de reestructuración económica, desde la perspectiva de una transformación simbólica, la cual está articulada y en coherencia con los discursos de la conservación y la revaloración patrimonial desde la legitimación del aparato gubernamental.

La investigación identificó que la población local no está convencida con la patrimonialización de sus bienes y manifestaciones culturales desde la óptica del turismo, todo lo contrario, se muestra resistente y apática, así entonces, emergen formas de resistencia del territorio desde la defensa del agua, el suelo y la cultura inmaterial.

En esa vía, este trabajo realiza aportes para comprender de qué manera la política pública, ligado a procesos de planificación y promoción turística influyen en procedimientos encaminados a lograr la patrimonialización con intereses económicos.

En cuanto al artículo de Van Der Hammen *et al.* (2009) denominado: “Construcción del patrimonio como lugar: un estudio de caso en Bogotá, revista Antípoda”, presentan el patrimonio como una emergencia socioespacial que se construye desde un lugar común, que a su vez está sujeto a tensiones y conflictos, es la emergencia en el estudio de una categoría que denominan “lugar-patrimonio”. Esta se constituye en el punto de encuentro entre la antropología y el urbanismo como posibilidad de reflexionar acerca de los procesos sociales que allí se gestan; en suma, pretenden explorar las distintas formas en las que patrimonio y patrimonialización han sido entendidas por parte de los habitantes vinculados a sus procesos.

La investigación tuvo como contexto geográfico el centro histórico de Bogotá y el humedal de Córdoba en Bogotá, para contrastar la mirada respecto a las representaciones y prácticas de los actores sociales e institucionales en la producción y reproducción del patrimonio cultural poniendo énfasis en los mecanismos de control y resistencia que de ellos surgen. El criterio de selección de

las zonas estuvo determinado por la coexistencia del patrimonio natural y cultural y la concentración de bienes culturales.

Desde la visión de los autores los procesos de patrimonialización inician en la medida que se manifiestan las amenazas de desaparición y deterioro de los bienes y manifestaciones culturales, pues desde esa óptica, las leyendas se registran cuando no se cuentan, las plazas de mercado se intervienen cuando no asisten compradores y las iglesias se restauran ante la ausencia de feligreses. Consideran que el patrimonio es un fenómeno paradójico y cambiante, pues es evidente que los procesos de patrimonialización de estas características, se inician desde la institucionalidad, para conferirles sentido y así resignificar el presente. Buscan que cada individuo construya su identidad a partir de valores selectivos que le confieran identidad, para luego desde la mediación y la resignificación se configure una identidad colectiva reafirmada.

La investigación concluye que la patrimonialización en el centro histórico de la Candelaria aceleró un proceso de transformación física en su patrimonio arquitectónico, una “patrimonialización de fachada” que ha reconfigurado dinámicas urbanas y a la vez ha generado tensiones sociales con los habitantes del lugar. Se evidencia un cambio hacia la modernización marginando la cotidianidad de sus antiguos pobladores, para imponer una cotidianidad con adjetivos calificativos como: seguridad, higiene, orden, desarrollo y cultura; en esencia para sus nuevos pobladores.

De la misma manera, se concluye que el patrimonio en los territorios con bienes culturales tiene una connotación de dicotomía: lo que para algunos actores es valioso y digno de conservar, para otros es algo que estorba y frena los desarrollos; unos quieren vivirlo y otros observan desde el margen.

Uno de los aportes importantes de este trabajo a la tesis es que el discurso de la patrimonialización desde toda perspectiva es un discurso político que es recontextualizado de

acuerdo con los poderes de turno y a los intereses que sirva; conserva e invisibiliza si cumple con un propósito según sea el caso.

En la investigación desarrollada por Bautista (2013) “Nuevas centralidades del turismo cultural en Bogotá: el caso de Usaquén, revista CULTUR”, buscó documentar y explicar cómo se ha configurado el modelo de Usaquén como nueva centralidad de turismo cultural, por medio del patrimonio, la dinámica artístico-cultural y la infraestructura turística. Este trabajo pretende mostrar que las dinámicas propias de una ciudad como Bogotá, obligan a replantear los usos del suelo en el desarrollo de diferentes proyectos de infraestructura los cuales terminan alterando el paisaje cultural con nuevas valoraciones, imaginarios y representaciones que finalmente patrimonializan lugares según sean las necesidades del progreso.

El proceso metodológico para concretar este trabajo se fundamentó a partir de la observación participante en el territorio y la revisión documental con el apoyo de instituciones gubernamentales, lo anterior fue aterrizado en matrices de datos sobre la infraestructura cultural para posteriormente organizar los datos en categorías de análisis como: paisaje cultural y usos sociales del espacio e infraestructura cultural; información que fue triangulada con el marco teórico el planteamiento del problema y los objetivos de la investigación.

El elemento de discusión central de la investigación menciona que el posicionamiento del turismo cultural y gastronómico en la última década es consecuencia del proceso de patrimonialización que fue gestado por instituciones y sus políticas culturales, las cuales buscaban hacer de Usaquén (barrio de las élites económicas) un destino reconocido y turístico, a partir de la declaratoria de Área de Conservación Especial. Una vía rápida para lograr la valorización del suelo y de sus viviendas, a partir de la concepción de barrio cultural arquitectónico, gastronómico, comercial y financiero. Es de notar que la denominada gestión institucional que se pretende sobre el patrimonio construido y las dinámicas culturales inmateriales que allí se gestan es ambivalente,



puesto que por un lado se habla de la conservación y el cuidado del patrimonio, a la vez se promueve para su uso y disfrute por parte del turismo, de cualquier forma, un estímulo al consumo cultural.

El trabajo concluye que Usaquén es un destino artificial y creado con el objetivo de ser un destino cultural, pero realmente adolece de bienes culturales como monumentos, museos o construcciones históricas. Es por otro lado, un ejemplo exitoso de como una correcta gestión institucional con toda su maquinaria, bien sea política o económica, logra construir un imaginario de destino cultural, en donde realmente priman las prácticas turísticas por encima de la monumentalización. Las ciudades crecen y necesitan construir espacios culturales en los modelos de ciudades modernas e inclusivas, acá las políticas culturales son fundamentales pues gracias al Instituto Distrital de Turismo se van construyendo vocaciones turísticas y culturales donde antes no estaban y esto se entiende en la necesidad de movilizar capitales privados e infraestructura turística.

Otra de las conclusiones importantes es que detrás de las políticas públicas y las gestiones culturales de Usaquén, están los capitales y la inversión privada, pues paralelo a su patrimonialización se empezaba a ver la construcción y adaptación de viviendas para la instauración de restaurantes gourmet, bares, Pubs y boutiques; complementando con la llegada del sector hotelero, en tanto que es una zona exclusiva de Bogotá con una importante actividad financiera. De esa manera, la patrimonialización turística de Usaquén tiene propósitos exclusivamente comerciales orquestados por instituciones públicas y con el concurso del capital privado.

Uno de los aportes más importantes de este trabajo a la tesis es comprender el rol de las políticas públicas y su manejo interesado por ciertas instituciones gubernamentales con competencias turísticas y culturales y evidentemente su poder de decisión, respecto a la necesidad

de crear nuevos nodos y centralidades turístico-culturales en los territorios. En términos patrimoniales, lo que existe se usa y adapta y lo que no existe se crea. La patrimonialización tiene esa versatilidad y lo ha demostrado, pues bajo el paraguas del turismo se pueden construir relatos que fomenten la cultura y que a la vez dinamicen la economía del territorio por medio del consumo cultural. Usaquén se configura como una de las nuevas centralidades de Bogotá junto con muchos otros nodos que se han ido definiendo según necesidades. Ha logrado tener las características de centro histórico fusionado con una dinámica social muy intensa.

El territorio turístico-cultural como escenario de relaciones sociales está sujeto a las tensiones y conflictos que se derivan de las relaciones de poder entre quienes lo ostentan y quienes lo carecen. De esa manera, el poder en muchas circunstancias determina lo que debe ser valorado, reconocido y conservado, no sin pasar por alto, que estas necesidades e intereses cambian constantemente en virtud de los intereses particulares. Desde esa óptica, la patrimonialización operará en consecuencia con valores simbólicos, tangibles y representacionales siempre y cuando generen alguna utilidad.

En la investigación realizada en Argentina por Salleras (2019) “Los devenires de patrimonialización y el crecimiento del turismo: los conflictos en torno al desarrollo en la Quebrada de Humahuaca, revista *Interamericana de Estudios Territoriales*”, propone indagar en los conflictos que surgen a raíz de la articulación entre patrimonio, turismo y desarrollo en la Quebrada de Humahuaca (Jujuy, Argentina) a partir de su inscripción como patrimonio mundial por la UNESCO bajo la categoría de paisaje cultural. Esta postulación fue promovida por el gobierno local con la posibilidad de buscar un alivio a la crisis económica y social que aquejaba al territorio, argumentando que la cultura allí presente impulsada por la actividad turística sería una alternativa para solucionar algunas problemáticas. Esta postulación y posterior reconocimiento como

patrimonio, en un lapso corto de tiempo reconfiguró el territorio, a partir de sus nuevos usos con la llegada de turistas demandando servicios.

Esta investigación se centra específicamente en el análisis de algunos conflictos que se suscitaron a raíz de la patrimonialización y el posterior crecimiento turístico en la región, una vez que los valores patrimoniales fueron transformados en un producto turístico. El horizonte metodológico siguió la perspectiva socio antropológica valiéndose para la obtención de la información de entrevistas en profundidad, observación participante, grupos focales y la indagación en fuentes documentales secundarias.

En el caso de la Quebrada de Humahuaca esta solo fue considerada como un territorio dispuesto como escenario para llevar a cabo un proyecto de desarrollo turístico bajo un modelo de planificación tradicional, vertical descendente (de arriba hacia abajo), en este modelo, los planificadores turísticos utilizaron las políticas patrimoniales para instrumentalizar el patrimonio local como un recurso “rentable” haciéndolo contradictorio respecto a los modelos de sostenibilidad turística y cultural. Este nuevo espacio cultural y patrimonializado se ha transformado en un territorio de disputas y conflictos frente a los intereses particulares de cada grupo por apropiarlo (población local, indígenas, estado, empresarios turísticos, foráneos). Esta patrimonialización desencadenó una apropiación desigual del territorio en la que los locales se quedan con lo más poco y con los conflictos derivados de ella; así mismo, fueron objeto de una vulneración simbólica, pues su identidad y cultura construida, fue fragmentada para la construcción de nuevos relatos en los que la historia es selectiva y se cuenta según los intereses de quienes la reconstruyen y resignifican.

La investigación concluye que las políticas públicas son instrumentos de los poderes, que de cualquier forma limitan sus intereses en relación a la cultura, el patrimonio y el desarrollo. Pues estas morfologías quedan subordinadas a las utilidades económicas y materiales que de ellas se

puedan sacar. Advierte el autor que, desde el análisis del caso de la Quebrada de Humahuaca, la relación turismo y patrimonio no siempre es conducente al desarrollo y a la prosperidad social, máxime cuando el patrimonio común de los pobladores es el que se ve afectado. La patrimonialización realizada en el territorio demuestra que no es la panacea que los planificadores manifiestan, pues no resolvió los problemas y desigualdades que antes del proceso ya existían. Tampoco contribuyó con los procesos de revalorización, conservación y educación cultural ganancias a partir de las cuales se promocionó. Lo que si queda de manifiesto es que, estos procesos de activación patrimonial, si no se hacen a partir de modelos de planificación turística ordenados y participativos seguirán contribuyendo al mantenimiento de las estructuras de poder y dominación imperantes sobre las que se montan.

Desde esa perspectiva, es prioritario considerar que una de las problemáticas más graves de la patrimonialización que se desarrolla a partir del turismo en lugares históricos y culturales, es la valorización del suelo y las posteriores dificultades para que los locales puedan acceder a él, particularmente, las personas jóvenes que conforman hogares y quieren acceder a una vivienda o un terreno. Tras de ellos, también llega la especulación inmobiliaria y las presiones para desplazar a los locales, pues sus viviendas empiezan a ser de interés para los desarrolladores de proyectos turísticos. Esto genera un mercado inmobiliario en crecimiento proporcional con los índices de llegada de turistas, esto aumenta la presión desplazando parte importante de la población a la periferia y a otras municipalidades haciendo que paralelamente lleguen “nuevos habitantes” quienes ocupan estos lugares, pero con propósitos económicos para la adecuación e instalación de establecimientos gastronómicos, hoteleros y de entretenimiento, los cuales terminan empleando en condiciones paupérrimas a los locales que decidieron y pudieron quedarse.

En el artículo de Suárez *et al.* (2020) pone en contexto un caso de España denominado: “Procesos de patrimonialización en el Consejo de las Regueras (Asturias, España). Diagnóstico y

conclusiones preliminares, revista Investigación en la Escuela”, propone hacer un análisis sobre la complejidad de las relaciones que las personas mantienen en relación con su patrimonio más próximo y los vínculos que se generan frente a un proceso de patrimonialización como el presentado en el Consejo de las Regueras. El estudio utilizó como método el estudio de caso, planteado en tres fases distintas pero complementarias así: una primera fase que realizó un diagnóstico para conocer la relación que se gesta entre los locales y su patrimonio; una segunda fase que se propuso un modelo de intervención en donde los locales son los protagonistas y gestores de cambio respecto a su patrimonio y la tercera fase que implicó una evaluación, en la cual, se buscó identificar los principales aciertos y dificultades en el modelo de participación sobre la apropiación y vínculos con el patrimonio.

El estudio encontró que la comunidad demuestra un fuerte apego al territorio el cual se materializa en movimientos y organizaciones de base social que buscan proteger y reivindicar sus derechos fundamentales frente a las amenazas externas que permanentemente les aquejan. De esa manera, se asimila la patrimonialización desde varias vías. Por un lado, lo afectivo ligado a los recuerdos de la infancia y las vivencias en el espacio y el territorio habitado, el nivel interactivo, ligado a las relaciones de orden social comunitario desde la familia y los vecinos, complementada con los ejercicios participativos del gobierno comunal y una participación de carácter sociocultural, desde un nivel territorial, en donde los protagonistas son los bienes y las manifestaciones culturales y su respectiva apropiación simbólica desde el reconocimiento, la valoración y la apropiación.

De esa manera, se puede hablar de un patrimonio personal el cual se construye desde sus relaciones y sus vínculos interpersonales para constituir un patrimonio de todos. Cabe mencionar que los vínculos culturales afectivos están relacionados con lo etnográfico y lo inmaterial desde sus representaciones, asociado quizás a las vivencias y a la memoria personal, caso contrario, se

pierde relevancia respecto al patrimonio construido con sus políticas y discursos técnicos. Ese es un aspecto determinante, puesto que ese alejamiento social del patrimonio es aprovechado para instaurar el discurso de la patrimonialización.

La investigación concluye que no habrá gestión efectiva del patrimonio ni una patrimonialización plena e integral, si no se gesta una relación entre el patrimonio y las personas, pues todo lo que esté por fuera de eso serán esfuerzos perdidos. No es correcto planificar un patrimonio e instrumentalizarlo por medio del turismo, si se hace de espaldas a los intereses de las comunidades, ya que es de ellas su propiedad, pertenecía y representación, pues es su herencia cultural. Si son procesos de patrimonialización impuestos sin el concurso de las comunidades, en el corto y mediano plazo fallarán, pues las comunidades deberán conocerlos y aprobarlos para estar plenamente identificados.

El presente trabajo aporta al proyecto al reconocer que en los procesos de patrimonialización es de vital importancia el capital humano. Los modelos de gestión turística y patrimonial deben invertirse no desde lo vertical de arriba hacia abajo o viceversa, sino en un modelo horizontal verdaderamente democrático y participativo, en donde confluyan los diferentes puntos de vista de los actores sociales, pues solo mediante el diálogo y la concertación, se puede llegar a puntos en común que aseguren el bienestar colectivo respetando los intereses que pueden ser distintos. El patrimonio y el turismo deben contribuir con la construcción del territorio en el que quepan los intereses y sueños de todos, dando prioridad las comunidades por encima de las organizaciones.

La investigación realizada en México por Zúñiga (2018) denominada: “Patrimonialización y turismo en Zozocolco de Hidalgo, Veracruz etnicidad, cultura, naturaleza y puesta en valor,

revista Dimensiones Turísticas”, analiza cómo se dio el proceso de patrimonialización para la puesta en valor de la identidad étnica de la población totonaca, a partir de la declaración como joya de Veracruz y pueblo mágico por el gobierno estatal y federal, buscando el desarrollo del turismo cultural. Para el caso de Veracruz la patrimonialización utiliza el discurso de la salvaguardia y la conservación como un mecanismo de distracción para disfrazar los verdaderos intereses que buscan mercantilizar el patrimonio por medio del turismo, como un producto más de consumo construyendo imágenes que se representan en los programas de promoción auspiciados por los empresarios y las instituciones gubernamentales quienes diseñan las estrategias para impulsar el programa de Pueblos Mágicos en el cual se circunscribe Veracruz.

Si bien se puede considerar que la patrimonialización desde la figura de Pueblo Mágico le otorga un estatus el cual puede ser capitalizado por medio del turismo en inversiones gubernamentales, de la misma manera, es una forma de privatizar los espacios de alto valor cultural, a partir de los cuales, se canalizan importantes inversiones económicas del sector público que terminan beneficiando a los privados. En Veracruz se pudo identificar que los recursos culturales que fueron promovidos y activados como atractivos turísticos, también fueron administrados por las autoridades locales, que de manera oportunista se constituyeron en los primeros empresarios que se beneficiaron con la declaratoria de Pueblo Mágico.

El estudio concluye que los beneficios diferenciados del turismo generalmente alteran las relaciones de poder y generan tensiones y conflictos estructurales, pues, por un lado, los intereses financieros fomentan la patrimonialización y los locales ven el detrimento de sus recursos culturales a expensas de las ganancias de unos pocos. Sin duda, es una de las paradojas que supone este proceso cuando se privilegia lo económico más allá de lo simbólico respecto al sentido que

sus depositarios le confieren, si bien las dos posibilidades pueden ser viables y coexistir, una no debería estar subordinada a la otra.

Las declaratorias como la de Veracruz de Pueblo Mágico busca construir una narrativa que busca mostrar la etnicidad, la cultura y la identidad regional como algo exótico y distinto susceptible de ser observado, para que por medio del marketing se transforme en mercancía simbólica recreando y transformando según las necesidades de la demanda. Se puede decir entonces que la patrimonialización es ambivalente respecto a la puesta en valor del patrimonio pues por un lado busca valorar la cultura y la identidad y por el otro lado, pretende el beneficio económico de los turistas interesados en pagar por conocer lo exótico y distinto; una patrimonialización con usos sociales y mercantiles.

Un aporte significativo de este trabajo al proyecto es poder comprender desde una lectura crítica como los procesos de patrimonialización alteran las estructuras territoriales, pues sus dinámicas propias en los contextos locales están articuladas a unos procesos mucho más globales, que en el contexto latinoamericano pretende el despojo y la apropiación de recursos vitales que usualmente pertenecen a comunidades vulnerables, indígenas, campesinos, afrodescendientes, los cuales deben hacer resistencia a proyectos mineros, viales, hidroeléctricos y turísticos, entre otros. Estas amenazas generan focos y movimientos de resistencia que buscan la protección de los derechos y los recursos fundamentales para las comunidades.

La investigación realizada en Perú por Villavicencio (2019) titulada: *Desencuentros a partir de la gestión del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad: caso del puente Queswachaka en el distrito de Quehue, Cusco*, analiza las tensiones derivadas a partir del proceso de patrimonialización en la reconstrucción del puente entre actores comunales, empresariales y



estatales. Para la investigación se utilizó el método etnográfico para posibilitar el encuentro entre los diversos actores implicados y las acciones de gestión política patrimonial; la observación participante como técnica permitió participar de los encuentros y reuniones comunales en donde se discutieron asuntos concernientes a la patrimonialización de Queswachaka. El puente y su proceso de activación turística y cultural es el resultado de un proceso de instrumentalización político-económico. En principio contribuyó a que las comunidades y la región lograra reconocimiento nacional e internacional para posteriormente por medio del turismo recibir los beneficios económico adaptando toda la infraestructura local para ese propósito. No obstante, el flujo de dinero fue el motivo de los desencuentros que desencadenaron en nuevas formas de organización y cambios en la comunidad local, así como en la relación comunidad empresa y comunidad estado. Se evidencia entonces como el patrimonio cultural atiende los intereses hegemónicos reproduciendo relaciones de poder a partir de las políticas culturales que se encuentran al servicio de los intereses particulares de los poderes locales quienes las conocen y las gestionan.

La investigación demuestra que el objetivo primario de la patrimonialización se cumple al lograr movilizar en masa turistas interesados en la reconstrucción del puente atraídos por lo exótico y lo étnico de los actores locales que intervienen. Evidencian que la reconstrucción es una puesta en escena, una teatralización de una práctica cultural ya artificial en donde todos siguiendo un guion cumplen su función de acuerdo con un contrato verbal en el cual se repartirán el dinero de los incautos viajeros extranjeros que maravillados asisten a una función. Las mujeres tejen y lucen sus trajes, los niños juegan vestidos para la ocasión, los hombres mueven cosas simulando la reconstrucción mientras recitan cantos tradicionales. Los incautos registran la escena en

fotografías, filmaciones y en sus memorias para luego evocar con sus amigos en un café europeo que estuvieron en la reconstrucción del “último puente inca”.

La investigación concluye que los intereses privados junto con el municipio dieron aliento al proceso de patrimonialización compitiendo a la vez con las capacidades del estado, pues se crea una ONG local para laborar un documento de declaración de patrimonio cultural inmaterial de la nación suplantando con esta acción las funciones del estado y su Ministerio de Cultura. Posterior a esta “declaratoria” no oficial se empiezan a desarrollar proyectos turísticos ofreciendo producto turístico cultural asociado a la reconstrucción del “último puente Inca”.

Un aporte significativo de esta experiencia peruana para el proyecto es que el patrimonio y la cultura son susceptibles de ser comercializados como marcas regionales o marcas país, una vez se han logrado declaratorias en los ámbitos nacionales e internacionales; esto con el propósito de fomentar el turismo para aprovechar sus réditos económicos que aparentemente contribuyen con el bienestar común de los poseedores de esos patrimonios. En la actual economía globalizada la cultura es objeto de transacción, negociación y consumo pues es un recurso estratégico que bien gestionado atiende los intereses de varios sectores nacionales.

La patrimonialización en ese contexto funge como agente administrador de los recursos culturales que son de interés individual, comunitario, regional, nacional e internacional. Desde esa óptica, gestionar el patrimonio implica poner en juego el poder de negociación, por lo cual, asistimos a un escenario en donde surgen estrategias expertos en la gestión cultural que dominan las políticas públicas nacionales y los tratados internacionales, los nuevos “gerentes creativos” que tienen auestas las ventajas competitivas de las naciones en el marco de los recursos culturales nacionales.

#### 4.1 Aportes de las investigaciones revisadas en la presente tesis

Con el propósito de analizar los principales aportes desde el contexto científico, se procedió a la búsqueda de investigaciones entre los periodos de 2009 y 2020. Estas indagaciones se realizaron con el objetivo de delimitar líneas de investigación que han abordado el estudio y reflexión de la patrimonialización de bienes y manifestaciones culturales y, sobre todo, cómo se han llevado estos procesos en relación con los diversos actores implicados. El resultado de esta búsqueda fueron quince investigaciones que corresponden con los criterios de búsqueda que fueron definidos en el proceso de indagación. Las investigaciones seleccionadas se enmarcan en diversos campos de conocimiento como lo son: antropología, sociología, geografía, economía social, urbanismo, entre otros. Es de anotar que, el objeto de análisis se centra en el contexto colombiano a partir de diez investigaciones y se contrasta con cinco investigaciones en el contexto internacional así: México, Perú, Argentina y España. En esa vía, los principales aportes que realiza la literatura revisada a la presente tesis se sintetizan a continuación:

- Las políticas públicas cumplen un rol determinante respecto a la gestión y usos del patrimonio. Estas son apropiadas en el discurso de la patrimonialización, el cual puede ser utilizado como una estrategia de control territorial, en procesos de gentrificación asociados a intereses político-económicos, que buscan el desarrollo de iniciativas lucrativas a expensas de la expulsión y el desplazamiento de residentes locales, en la mayoría de los casos, con la intención de crear nuevos nodos y centralidades turístico-culturales en los territorios.

- La patrimonialización gestada desde iniciativas privadas en algunas ocasiones se constituye en un dispositivo de reproducción de desigualdades, pues se crean relatos artificiales que de manera parcializada construyen la memoria de unos, a expensas de la invisibilización de otros. De igual manera, el territorio turístico-cultural como escenario de relaciones sociales está sujeto a las tensiones y conflictos que se derivan de las relaciones de poder; desde esa óptica, la patrimonialización operará en consecuencias con valores simbólicos siempre y cuando generen alguna utilidad.
- Los procesos de patrimonialización alteran las estructuras territoriales que, desde lo local, se articulan a procesos mucho más globales, que en el caso latinoamericano pretende el despojo y la apropiación de recursos vitales, los cuales, usualmente pertenecen a comunidades vulnerables como: indígenas, afrodescendientes o campesinos, quienes deben hacer frente a proyectos de “modernización” gestados por élites económicas y políticas.

En perspectiva, se observa que las investigaciones que abordan la patrimonialización de bienes y manifestaciones culturales en el ámbito nacional, son más bien limitadas y las que se encuentran han sido motivo de reflexión desde las ciencias sociales. El proceso de búsqueda documental exhaustivo trató de encontrar estudios que tuvieran algún tipo de aproximación respecto a la patrimonialización de bienes y manifestaciones culturales en el contexto geográfico de la investigación (Municipio de Honda), pero es evidente y de acuerdo con la literatura revisada, que no hay ningún tipo de estudio siquiera similar o que se aproxime al objeto de estudio abordado en esta tesis. Es de mencionar que existen publicaciones como libros, artículos e informes de investigación a nivel de pregrado y maestría que han sido realizadas en el municipio de Honda, los cuales caracterizan y reflexionan el patrimonio cultural tangible e intangible presente en el municipio, pero ninguna que realice una lectura crítica sobre procesos de patrimonialización de

bienes y manifestaciones culturales y sus implicaciones en los diferentes actores y contextos, lo cual conlleva a afirmar que realmente existe un vacío de literatura que aborde el objeto de estudio propuesto en esta tesis.

## **Capítulo V. Un diálogo con los teóricos**

### **5 Marco teórico**

El presente capítulo tiene como propósito abordar el marco teórico a partir de cuatro categorías de análisis que son: planificación turística territorial, turismo cultural, patrimonialización y turistificación. Este corpus teórico permitirá realizar un análisis coherente frente a los debates que se proponen en el planteamiento del problema.

#### **5.1 Planificación turística en los territorios**

La planificación turística se concibe como una vía para aquellos territorios que pretenden alcanzar un grado de desarrollo económico y prosperidad social teniendo como base el aprovechamiento de sus recursos naturales y culturales relevantes. La planificación del turismo implica una mirada prospectiva respecto al estado deseado de un fenómeno social complejo, a partir del cual, se deben definir acciones conducentes a una gestión de largo plazo sostenible y equilibrada, que no altere los modelos de desarrollo que apuestan a la sustentabilidad y que sean coherentes con la consecución de los objetivos del desarrollo sostenible.

La planificación es una posibilidad de organizar estratégicamente el futuro sobre un territorio Faria (2016). Es un análisis concienzudo que busca adentrarse en la realidad social y económica de un territorio, desde el cual, se pueden optimizar recursos para potenciar la oferta de servicios e incentivar la demanda, desarrollando acciones coordinadas, de tal manera que se genere el anhelado desarrollo turístico que propicie transformaciones significativas.

La gestión planificadora del destino ha cobrado una importancia mayúscula a nivel internacional, pues cada vez más países ponen sus esperanzas de crecimiento económico y generación de empleo en esta actividad. La planificación turística se constituye en una carta de navegación o instrumento de gestión, que permite aprovechar los recursos presentes y a la vez, hacer frente de manera organizada, a las dificultades que se manifiestan en el desarrollo de un fenómeno social de estas características. Pues como mencionan Martins *et al.* (2022) si el turismo por medio de un proceso de planificación se gestiona y se desarrolla cuidadosamente, puede reportar beneficios considerables y aportar a la transformación integral de las comunidades, lo cual se traduce en prosperidad para el mejoramiento de la calidad de vida.

La planificación del turismo debe armonizar todos los componentes del sistema turístico, por lo cual, se asume como un proceso metódico que inicia con su diseño y finaliza en su ejecución. Allí será determinante comprender que existen unas etapas que se deberán seguir de manera ordenada y con secuencia temporal contemplando los recursos necesarios para alcanzar sus propósitos. Es de advertir que estas etapas varían de acuerdo con el autor y modelo; para propósitos de este análisis, se proponen las etapas del modelo de planificación de Pearce (1989) así: a) Análisis de los desarrollos turísticos previos; b) Evaluación de la posición turística actual; c) Formulación de la política turística; d) Definición de la estrategia de desarrollo; e) Elaboración de programas operativos.

De otro lado, es preciso distinguir entre distintos tipos de planificación turística teniendo en cuenta que estos no son excluyentes y que pueden ser complementarios en la medida de las características del territorio y siempre sobre la base de los pilares de la sostenibilidad, pues de acuerdo con López (2007) se señalan algunas tipologías en relación con el objeto de planificación y el carácter operativo:

- a) *Según sus rasgos evolutivos* que atiende un momento histórico específico, por lo cual, la planificación atiende necesidades específicas que cambian con el tiempo motivando la replanificación según surjan nuevas necesidades. En este tipo de planificación se centran en la infraestructura y la planta turística teniendo en consideración el sector empresarial.
- b) *Según el objeto de la planificación* de acuerdo con las dimensiones del territorio; por un lado, la económica orientada al consumo de bienes y servicios y la física, desde la dimensión espacial o territorial, en relación con las actividades del destino, el uso del suelo y la comunidad.
- c) *Según el sentido de sus determinaciones* como planificación vinculante y no vinculante, en el sentido de que las medidas definidas deben ser o no obligatorias en relación con los objetivos.
- d) *Según el enfoque* en los que se puede encontrar el estructural que se relaciona con lo urbanístico; el tradicional desde un modelo vertical descendente; el estratégico que tiene una mirada prospectiva es flexible y participativo; el interactivo desde la integración de actores y el convencional.
- e) *Según su carácter operativo* combinando el modelo de planificación estratégica y la planificación física y todos sus agentes y los mecanismos de control.

El enfoque y modelo de la planificación cambia significativamente de acuerdo en el nivel en el que se desee desarrollar, pues menciona López (2007) que a nivel *local* la gestión prioriza satisfacer los servicios básicos del territorio, al igual que el fortalecimiento con el sector empresarial privado y la promoción local. En el nivel *regional* se busca la coordinación de los distintos entes locales para mejorar la infraestructura de comunicación y lograr inversiones. En el nivel *nacional*, se busca la coordinación de los entes regionales para promocionar turísticamente en el exterior. Aquí se introducen los marcos normativos y se apuesta a una planificación horizontal.



A nivel *supranacional* la planificación se centra en el estudio de las tendencias, el manejo de las estadísticas y el fortalecimiento de la industria turística.

Es de advertir que la planificación turística no debe ser tomada como un monismo metodológico adaptable a todos los territorios. Pues existen diversos métodos, enfoques y modelos que se deberán utilizar de acuerdo con las realidades del espacio a desarrollar. A partir de la comprensión fenomenológica que logre la concreción de un esquema sistémico que beneficie a las partes involucradas, sin perder de vista que la planificación es una herramienta y no un fin en sí mismo Cardozo *et al.* (2016).

La función central de la planificación turística en un territorio es orientar la demanda y los flujos turísticos a destinos que han sido gestionados y priorizados, de acuerdo con unos atributos para activar procesos de crecimiento y desarrollo, que conduzcan a mejorar la calidad de vida de los habitantes. Un proceso de esta índole supondrá canalizar los recursos económicos necesarios desde la esfera pública, para la adecuación de la infraestructura básica, la planta turística y los incentivos fiscales para empresarios, entre otros. Para (Blas y Jacinto, 2016) la acción de planificar comporta una metodología para la definición de medios y líneas de acción, buscando el cumplimiento de objetivos previamente definidos, y de acuerdo con el enfoque estratégico dominante, debe ser abordada como un proceso dinámico, flexible y participativo.

De otro lado, mencionan Martins *et al.* (2022) que el turismo no debe operar de manera independiente y autónoma cuando de su planificación se trata, pues es función de los gobiernos centrales definir las políticas turísticas y los respectivos marcos normativos en relación a la planificación, gestión y desarrollo del turismo, en coherencia con los horizontes de calidad y competitividad. Así mismo, debe trabajar de manera articulada todo el sistema turístico (superestructura, infraestructura y estructura turística) para que se construya de forma conjunta un turismo que responda a las necesidades de los territorios en la escala nacional, regional y local.

La planificación turística no se debe concebir como una receta o una fórmula que puede ser adaptada y aplicada, deberá contemplarse en relación a las características y particularidades de los territorios Díez (2011). La planificación turística debe ser maleable, pues ha de adaptarse a situaciones cambiantes e inesperadas que de manera permanente se presentan en los territorios, debe estructurarse para actuar en procesos continuos de gestión contemplando acciones correctivas frente a conflictos que puedan surgir en su proceso.

Es tarea fundamental de la gobernanza la gestión y planificación del turismo convocando los actores involucrados, para que, de manera conjunta, se tracen la metas que den alcance al plan propuesto, desde la definición de objetivos, recursos y acciones, y desde un proceso de evaluación se midan los resultados de esas decisiones en relación con las metas definidas. Así entonces, la planificación será determinante a la hora de resignificar el destino y de definir las necesidades y capacidades que deberán encausarse, en relación a planes de trabajo concertados, que privilegien los intereses de los actores involucrados, teniendo en cuenta las recomendaciones que propone la OMT (2017) así: análisis concienzudo al rol del turismo en la economía local, las tipologías turísticas a posicionar, los volúmenes de demanda para captar y el producto turístico a construir.

Los cambios acontecidos a nivel global deben reorientar los modelos de planificación turística en coherencia con las nuevas dinámicas que replantean el turismo de masas por un turismo más especializado, en una demanda más selectiva, exigente, cuidadosa e informada Vargas (2020). Será una planificación desde una visión compartida y de futuro, realmente participativa, con sujetos empoderados, creativos, lúdicos y en renovación permanente. Una nueva planificación turística de corte endógeno que potencie los recursos autóctonos y el capital social local. Su objetivo central será el cuidado mutuo, el respeto por el paisaje y la cultura local, desde un sistema turístico armonizado (gobernanza, oferta, demanda, infraestructura, territorio y comunidad). Deberá

responder a las demandas de un mundo real en constante cambio, por lo que sus procesos se deberán adaptar y resignificar permanentemente.

De otro lado, todo proceso de planificación turística está determinado por un marco normativo el cual se encuentra supeditado a la intervención administrativa en el orden nacional, regional y local, desde allí la gobernanza se encarga de dar lineamientos y regular el turismo, en coherencia con propósitos globales determinando su horizonte jurídico. En algunos territorios como menciona Razquin (2002) se evidencia descoordinación entre la planificación territorial y la turística, pues la primera suele desconocer la segunda dejándola sin efectos jurídicos, motivo por el cual, es determinante que los planificadores articulen todo proceso de planificación del turismo con los modelos de planificación territorial nacional, regional y local, pues entre ellos debe existir coherencia en el logro de los objetivos.

Para los estados, el turismo como industria supone uno de los mayores dinamizadores e impulsores del desarrollo, pues contribuye de manera significativa en la multiplicación de la economía. En esa vía, el estado asume una responsabilidad mayúscula al propiciar los instrumentos políticos para la gestión de proyectos de desarrollo turístico. Compete la promoción y la comercialización de los productos turísticos y los servicios asociados a la planta turística, al sector privado, quienes son los que canalizan los recursos necesarios para asegurar el desarrollo eficiente de la actividad (Blas y Jacinto, 2016).

En esa perspectiva, frente a la planificación del turismo es necesario tener en cuenta los principios básicos que propone Ramos (2023): a) disponer de recursos económicos para la financiación en la etapa de formulación e implementación, puesto que se deberá disponer de capital humano, materiales y suministros; b) diseñar un plan de trabajo con metas y objetivos, que en fases permita medir resultados en el corto, mediano y largo plazo; c) tener los recursos naturales y culturales identificados para su posterior transformación en atractivos asociados al destino; c)

conocimiento del territorio para proponer un modelo de enfoque sostenible; d) trabajo articulado entre la gobernanza, el sector empresarial y la comunidad; allí el capital social será preponderante; e) tener en cuenta los gustos preferencias y motivaciones de los viajeros en relación a las tendencias turísticas; f) la conservación de la naturaleza y la cultura serán los elementos de base en la propuesta que se construya.

El contexto y la realidad global imperante obligan a una redefinición del modelo tradicional de planificación que se enfocaba en la competitividad y que potenciaba las denominadas ventajas comparativas y competitivas (Cabezas y Leal, 2021). Ahora y frente a las realidades actuales, se demandan modelos renovados de planificación turística, que prioricen experiencias de consumo y productos innovadores para la gestión de destinos sostenibles. Desde esa perspectiva, el espacio geográfico cobra un papel preponderante en su función de producción y gestión turística, puesto que la planificación de un territorio de tales características supondrá poner en valor desde una gestión ordenada, el patrimonio cultural definiendo acciones para potenciar las capacidades del destino.

La planificación turística debe contribuir a la armonización de los territorios, pues se debe hacer frente a la competencia por el uso y explotación del espacio entre distintos actores, debe aportar a la definición de lineamientos e instrumentos programáticos y de política pública, para integrar a los participantes en las dinámicas sociales y económicas, desde marcos de concertación público-privados que propicien climas de entendimiento para desarrollar una gestión turística sustentable.

Es pertinente mencionar que la planificación turística tradicional de acuerdo con Yumisaca *et al.* (2019) funciona bajo un modelo de gestión de arriba hacia abajo en el que se privilegian los intereses económicos de unos pocos, los cuales de manera tecnocrática y desde los poderes políticos imponen cambios significativos en los territorios. Desde esa perspectiva, (Zambrano y

Fernández, 2020) mencionan que los modelos de planificación del turismo construidos de manera participativa, de abajo hacia arriba pretenden aumentar las capacidades y potencialidades de las comunidades, para definir modelos de desarrollo integradores y democráticos, que sean herramientas transformadoras de las realidades locales. Es de desatacar que la acción de las comunidades y sus procesos de empoderamiento, han dado como resultado procesos de planificación renovados, en los cuales, prima la búsqueda del bienestar de los habitantes armonizando naturaleza y cultura como activos determinantes.

Si bien existe un estado deseado en términos de planificación del turismo, también es cierto que muchos territorios carecen de procesos de planificación, o los que se han desarrollado han sido incipientes, pues saltan a la vista las múltiples problemáticas derivadas de sus carencias con sus respectivas consecuencias. No obstante, muchos territorios han entendido que, si quieren hacer del turismo un mecanismo de desarrollo sostenible en el tiempo, deben avanzar en procesos de planificación, a partir de metodologías, enfoques y modelos que se ajusten a las características y realidades del territorio.

## **5.2 La planificación turística desde el paradigma de la sostenibilidad**

El abordaje teórico de la planificación turística territorial obliga a realizar un análisis de los propósitos de la sostenibilidad, para comprender los planteamientos de un turismo que logre la transformación integral de una comunidad en un modelo participativo, incluyente en donde se redistribuyan los ingresos de manera equitativa, mejore las condiciones sociales a partir de la generación de empleo, se apueste a la conservación ambiental. Autores como (Alcívar y Bravo, 2017) mencionan que no existe una definición única para la planificación turística sostenible, pues

desde sus consideraciones, está más bien desdibujado y en ocasiones se cae en la retórica de diversos autores, que lo utilizan con el desconocimiento de sus principales hitos que deberían ser el referente en su construcción. La planificación turística sostenible se define como:

Un proceso de cambio cualitativo producto de la voluntad política que con la participación imprescindible de la población local adapta el marco constitucional y legal, así como los instrumentos de planificación y gestión a un desarrollo turístico basado en un equilibrio entre la preservación del patrimonio natural y cultural, la viabilidad económica del turismo y la equidad social del desarrollo (Pérez y Páez, 2014, p. 15).

Des de esa perspectiva, como lo menciona Prat (2020), no es suficiente que el destino ofrezca recursos que puedan ser admirados, es necesario rediseñar productos turísticos alternativos, diferenciados y creativos, que atiendan la heterogeneidad de los viajeros y sus perfiles particulares, para posicionarlos en el mercado y fundamentalmente, en el imaginario de los viajeros.

En esa misma vía, un territorio con vocación turística en distintos niveles de desarrollo, con una deficiente o nula planificación, se enfrenta a múltiples problemáticas. Desde lo ambiental, deterioro e impactos sobre los ecosistemas, desde lo social, precarización del empleo, tensiones y conflictos entre turistas y anfitriones y desde lo cultural, pérdida de identidad y explotación de recursos; y así un largo listado que termina generando decadencia del destino. En ese sentido, como menciona Yumisaca *et al.* (2019) desde el turismo resulta confuso establecer sus límites, dado su carácter intersectorial y transversal, pues el producto turístico se asocia al destino, por lo cual, el turista no solo consume el producto, sino que también consume el lugar. Desde esa perspectiva, resulta imposible concebir turismo y el territorio como realidades separadas (Cabezas y Leal, 2021). Lo anterior significa que, por ningún motivo, los objetivos de la planificación territorial deben ir en contravía de los objetivos de la planificación turística, pues estos deben coexistir en una relación simbiótica de mutuo beneficio.

Las aspiraciones de los territorios con desarrollo turístico son alcanzar un grado de madurez que les permita materializar el anhelado turismo sostenible, desde los pilares económicos, ambientales, sociales, culturales e institucionales. En esa misma vía Zepeda (2020) menciona que se deben activar tres ejes fundamentales para alcanzar ese objetivo: conocimiento, capital social y capital humano, los cuales, hacen parte de un modelo sistémico conducente al desarrollo territorial a partir del turismo sostenible.

La planificación del turismo en el marco de los principios de la sostenibilidad debe diseñar una oferta diversificada, que, de respuesta a las tendencias actuales y a las necesidades de un público selectivo, pues debe actuar como factor de desarrollo en el corto, mediano y largo plazo. Se deben poner en uso las potencialidades turísticas territoriales, desde un uso equilibrado y bajo una práctica equilibrada y flexible Moreira (2022). El turismo sostenible desde un enfoque de planificación debe apostar a construir un modelo de desarrollo humano basado en el cuidado mutuo, valorando el medio ambiente, los elementos culturales y el tejido social, en una interacción participativa con una visión desarrollista de un futuro común Martínez (2018).

El turismo como industria crece a niveles no esperados afianzándose como fenómeno social contemporáneo hasta hacerse la industria más importante a nivel global, pues para él será necesario resignificar el sistema turístico Prats (2015). A partir de nuevos valores con fundamento científico y tecnológico, que contribuyan a atenuar las problemáticas que de él se puedan generar priorizando las necesidades de las comunidades por encima de las utilizadas empresariales. La gestión de los flujos turísticos será un factor determinante para la construcción de un turismo que sea consecuente con los costos que genera.

Diferentes manifestaciones en el mundo han posibilitado comprobar que la existencia misma del turismo puede imponer una presión a la capacidad del medio que utiliza y que la actividad turística puede degradar las bases mismas sobre las que reposa su prosperidad. La fuerte presión socioambiental provocada por el incremento de las actividades turísticas y el deterioro de los

recursos en diferentes destinos turísticos del mundo, han provocado la convergencia entre los temas acerca del desarrollo del turismo y el paradigma de la sostenibilidad (Moreira, 2022, p.3).

El desarrollo sostenible es un modelo que debe ser introducido en toda propuesta de planificación territorial del turismo, debe ser tomado como una política de obligatorio cumplimiento tanto en la gobernanza, el empresariado y los turistas. Pues sus actuaciones desde un proceso participativo y con las herramientas de evaluación, pueden garantizar una correcta gestión y minimización de impactos negativos sobre su espacio. El rol de las políticas públicas y la institucionalidad es de liderazgo frente al trabajo conjunto entre actores, que directa e indirectamente interactúan en el turismo haciendo del desarrollo sostenible la principal bandera para hacer frente a la problemática ambiental. “Se requiere el desarrollo de una nueva generación de valores y conceptos, de metodologías e instrumentos, todos ellos congruentes entre sí” (Godfrey, 1998, p.17).

Para los países emergentes que hacen del turismo una vía para el desarrollo económico y el rescate cultural dependen en gran medida de la calidad del medio ambiente, por lo cual, hay una coherencia en su mantenimiento y protección dada la fragilidad de esos recursos; allí será imperante una planificación del turismo desde un enfoque sostenible. Estos serán los requisitos más urgentes en la adopción de políticas para el control de efectos que del turismo se deriven, desde esa perspectiva para Doreste (2021) no se trata de reestructurar productos y destinos, se trata de establecer programas de medición y mitigación de efectos generados por la sobre carga de los destinos, esto si obliga a una planificación concienzuda sobre el turismo más idóneo, su modelo de desarrollo y los objetivos propuestos con relación a la visión colectiva de los habitantes.

Según Bosch (1998) los modelos de planificación y desarrollo turístico territorial se pueden identificar desde dos horizontes: el intensivo continuo y el extensivo puntual, el primero de corte tradicional y ampliamente utilizado desde la década del 1970; de estructura vertical descendente,



gestado por empresarios, rígido en su oferta, orientado a las masas, contribuyendo a la congestión, el deterioro del paisaje y con impactos severos sobre el medio ambiente, la sociedad y su cultura. El segundo es un modelo de corte alternativo, el cual empieza a desarrollarse desde la década de 1990, de estructura horizontal, integradora y participativa, prioriza la conservación y uso regulado de los recursos, privilegia los objetivos y metas de las comunidades.

Desde la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible (1995) realizada en Lanzarote, se mencionaba la necesidad de que todo proceso de planificación turística se fundamentara sobre los criterios de la sostenibilidad. Pues se debería realizar una gestión global de los recursos de manera eficiente, para poder conservar el capital natural y cultural del destino.

La equidad social debería ser el fin último en todo proceso de planificación turística, pues todo desarrollo turístico debe conducir a mejorar la calidad de vida de las comunidades. En esa misma línea, se deben trazar los lineamientos que permitan la reducción de los efectos negativos que ocasiona el turismo en el medio ambiente, la comunidad y su patrimonio. Es pertinente superar el discurso político y que esos principios se constituyan en la bitácora que guíe el desarrollo turístico de los territorios. En el marco del turismo sostenible, los habitantes del lugar construyen la identidad territorial, a partir de su sentimiento de pertenencia que genera seguridad emocional, por lo cual, si en un proceso de planificación turística la comunidad carece de arraigo y sentimiento de identidad, se deberán diseñar estrategias para reforzarlo, pues a mayor pertenencia de la comunidad mayor participación (Aucancela y Velasco, 2021).

Es de precisar que la planificación del turismo desde el enfoque de la sostenibilidad debe ser concebida como una forma de regulación de la actividad. Un instrumento de vigilancia frente a la necesidad de garantizar que el turismo en un territorio permanezca competitivo respecto a otros destinos con mayor grado de desarrollo. Garantizando flujos turísticos de viajeros consecuentes con los viajes responsables, que apueste a la educación cultural desde el intercambio de saberes y

que genere mayor conciencia ambiental y responsabilidades individuales frente a la conservación de los recursos naturales (Pérez y Páez, 2014). El turismo sostenible exige el concurso de todos los actores vinculados directa e indirectamente en la cadena de valor del turismo, así como el liderazgo político y la participación de los entes económicos, para que de manera conjunta y sobre planes de trabajo definidos se evalúen los impactos generados de la actividad y se apliquen los correctivos que resulten necesarios. En ese sentido como lo proponen Doreste (2021) es necesario planear en relación con las vías y trayectorias que pueden conducir a una sostenibilidad integral del sistema turístico, más que planear sobre el concepto en sí mismo.

Diseñar propuestas de planificación que aprovechen las oportunidades que ofrecen los destinos implica hacer una apuesta a la planificación desde un enfoque territorial. Se debe gestionar toda su funcionalidad, desde las diversas realidades locales, para reforzar las potencialidades y definir medidas correctivas que den solución a las disfuncionalidades identificadas (Alcívar y Bravo, 2017). No se puede perder de vista que el territorio es una entidad viva, cambia y evoluciona, se transforma de manera permanente. Así mismo, está condicionado por su pasado, proyectándose hacia el futuro, desde la gestión presente y desde la voluntad compartida de los actores implicados en el proceso.

Estos indistintamente se pueden enriquecer de modelos teóricos turísticos de base comunitaria, como lo propone Cejudo (2014): “El modelo teórico de Turismo de Base Comunitaria [TBC], implica procesos complejos, tales como: la participación comunitaria, el empoderamiento, la colaboración con actores sociales externos, la expansión y diversificación del capital social comunitario” (p. 14). En esa vía, el trabajo articulado entre los actores locales asegura la integración de los principios de la sostenibilidad como componente de desarrollo determinante en el uso responsable del territorio y sus recursos endógenos.

### 5.3 La participación social en el desarrollo turístico de los territorios

En los últimos años, las entidades gubernamentales a las que les concierne los procesos de planificación paulatinamente han dado un giro hacia la democracia participativa y a la gobernanza territorial, como vía para garantizar la integración de actores. Este es un modelo que difiere de los enfoques tradicionales jerárquicos y de fuerte componente administrativo, que van de la mano de estructuras económicas dominantes, las cuales, definen de manera autocrática los requerimientos sociales del entorno. De esa manera, la participación social en la planificación de los territorios se deberá constituir en una práctica política desde la esfera pública, pues allí se buscará el consenso para la mediación y así alcanzar los intereses de los actores implicados garantizando la transparencia y el equilibrio de poderes Plumed *et al.* (2018).

Los territorios necesitan de procesos participativos para su planificación y gestión turística, a partir de espacios de comunicación y deliberación que descentralicen el poder en función del consenso social, desde un enfoque colaborativo y sostenible. Allí deben primar los intereses colectivos, contrarrestando las imposiciones de los actores dominantes, pues la planificación como menciona Hermosilla (2020) debe establecer las medidas apropiadas para que las necesidades de la población de base sean la prioridad, pues el turismo debe ser el motor de desarrollo que dinamice economías frágiles que dependen de la explotación agropecuaria. En ese sentido, la planificación debe verse como un proceso continuo de participación y consenso, de reflexión permanente y con capacidad de adaptación y flexibilidad a las circunstancias cambiantes de un territorio complejo. Se debe priorizar la gestión del turismo desde un enfoque de planificación renovado, en donde se reflexione el destino como escenario para el desarrollo vinculando las aspiraciones sociales y su medio ambiente.

Así mismo, en la búsqueda de desarrollos turísticos equilibrados no se debe perder de vista la noción de destino, puesto que para Ivars (2004) se constituye en un espacio físico en el que se tejen relaciones sociales, en cohesión con valores ambientales, culturales y territoriales. Convirtiéndolo en un escenario que debe ser experimentado, pues motiva la movilización y el desplazamiento hacia la vivencia integral del visitante. Por lo tanto, intervenir destinos por medio de procesos de planificación permite desarrollar su funcionalidad turística atendiendo su contexto histórico, geográfico y cultural.

En todo proceso de planificación de un destino cultural indiscutiblemente participan diversos actores, que, en suma, son colectivos que comparten intereses mediante la interacción y participación en la construcción de normas y significados, los cuales son consensuados y negociados, que se constituyen en construcciones sociales (Palomino y López, 2019). Desde esa perspectiva, hay que advertir que, a nivel territorial, la planificación vertical de arriba hacia abajo es llevada a cabo en el orden institucional (gobernanza), por lo cual, en la mayoría de los casos, está orientada por intereses particulares y con el concurso de grupos políticos, pues como menciona González (2011) el sector público tiene capacidad de agencia, pues ostenta poder de decisión sobre el desarrollo territorial y turístico.

#### **5.4 El turismo como una forma de producción y comercialización del patrimonio**

Patrimonio y turismo es una relación simbiótica de mutuo beneficio en el discurso del turismo sostenible. En principio el patrimonio se contempla como un recurso cultural, así reconocido y legitimado desde un valor simbólico por una comunidad. Su transformación en recurso turístico se da en la medida que sea gestionado y puesto en valor por agentes públicos o

privados, con propósitos mercantiles para incorporarlo en el mercado turístico. La sola presencia de un bien o una manifestación cultural no implica que tenga cualidades turísticas, pues su declaración, reconocimiento y uso, se dará con relación a intereses específicos de los gestores turísticos.

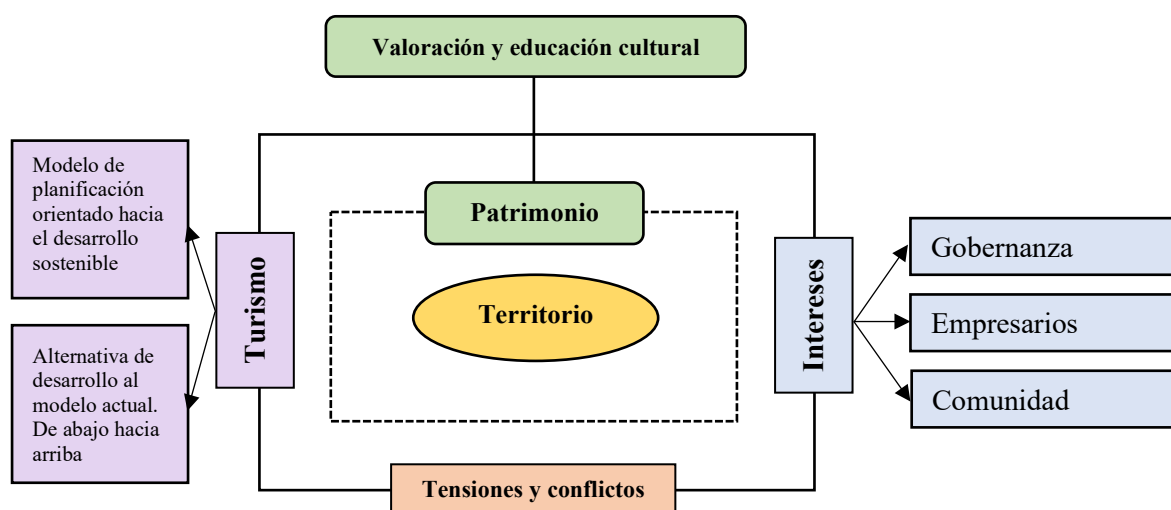
Poder identificar como patrimonio algunas expresiones culturales no es nada fácil, pues en principio debe existir una comunidad que le otorgue un valor simbólico, al determinar que ha sido construido en su interior, ha sido recreado y luego legado a las generaciones siguientes, haciéndolo parte constitutiva de su identidad. En ese sentido, y de acuerdo con Prats (1998) el patrimonio es una construcción social, que desde otra perspectiva debe apartar la distinción entre lo material y lo inmaterial. Como señala Harrison (2010) “para cada objeto patrimonial material hay también un patrimonio inmaterial que lo envuelve: el lenguaje que usamos para describirlo, por ejemplo” (14). Es por eso por lo que el patrimonio por sí mismo no existe, o existirá en la medida que sea valorado al interior de una comunidad, por lo que siempre es inmaterial.

Una correcta gestión del patrimonio permite definir acciones efectivas orientadas a contribuir en la reducción de tensiones y conflictos derivados de una gestión tradicional del turismo. En la figura 21 se puede observar que el territorio tiene asociado un patrimonio constituido por bienes y manifestaciones culturales, que, si bien puede contribuir con la valoración y la educación cultural, también son foco de tensiones y conflictos, en la medida que se vinculan con los intereses por parte de gobernanza, empresarios y comunidad, en relación al desarrollo turístico del territorio.

De tal suerte, la planificación desde un enfoque de la sostenibilidad como alternativa al modelo de desarrollo actual, es la oportunidad de hacer del turismo un motor de desarrollo capaz de dinamizar las economías locales contribuyendo en la generación de empleo y a un mejor

aprovechamiento del tiempo libre a partir de la cultura. Estas actuales concepciones patrimoniales influyen directamente en las políticas culturales y turísticas de los municipios haciéndolas agenda de primer interés, en las que turismo, cultura y economía están íntimamente relacionadas Ramón (2022).

**Figura 22** Interacción turismo, patrimonio y territorio



*Nota.* Fuente: El autor.

Si bien el turismo es de interés colectivo en los territorios como razón de ser a partir de la gestión pública, lo cierto es que el gran protagonista es el sector privado, pues el turismo y su industria opera en la lógica de la globalización, a partir de los ingresos económicos, las divisas y la generación de rentas. En esa misma línea, el patrimonio asociado al turismo cultural es un importante generador de ingresos, pues tiene asociado un valor de uso. Menciona Santamarina (2017) que, para estar acorde a los criterios del mercado, el turismo deberá hacer accesible el patrimonio evitando en el turista se haga cuestionamientos complejos respecto a su sobreexplotación, impacto y deterioro que sobre él se genera.

Hay un consenso generalizado frente a que el turismo tiene la capacidad de reconocer e instrumentalizar el patrimonio como algo valioso, para todo aquel que tenga contacto con él, lo que en términos académicos se denomina, la apropiación social del patrimonio. “Solo esta valoración permite que los bienes materiales e inmateriales del patrimonio cultural mantengan su capacidad simbólica, como transmisores de valores de las gentes a las que representan, incluso aunque evolucionen sus usos” (Córdova *et al.* 2021, p. 11).

Como consecuencia de esto, se ha generado una oferta especializada en turismo histórico-cultural incorporando el valor de uso, el valor estético y el valor simbólico Loza (2021). En ese sentido, una correcta planificación buscaría que los habitantes locales sean actores determinantes en la gestión de su patrimonio, como portadores de los valores locales, a partir de acciones orientadas al desarrollo del territorio.

### **5.5 Tensiones y conflictos asociados a los intereses del patrimonio**

Los intereses económicos siempre han estado detrás de los desarrollos turísticos históricamente hablando y son los desarrolladores y planificadores turísticos los que tienen el olfato y perspicacia para adentrarse en los territorios que otrora fueron invisibilizados o abandonados en términos de la inversión turística esperando un mejor momento. Ahora se evidencia un interés en resignificar y renovar destinos que perdieron protagonismo con el tiempo, a la vez que, un interés en desarrollar el turismo en destinos que no encajaban en los parámetros del turismo tradicional, de esa manera, se da un giro hacia destinos que gozaran de riqueza patrimonial y cultural.

El turismo ha suscitado ciertos afanes de los gobiernos locales para definir acciones de conservación y revalorización del patrimonio atendiendo el discurso gubernamental, de la

sostenibilidad cultural y del progreso económico, a partir de la recuperación de destinos con herencia histórica, rehabilitando construcciones, fachadas, calles e infraestructura en general, Torres (2003). En ese contexto, la planificación turística de los territorios es determinante a la hora de definir los instrumentos de política pública necesarios para que, de manera participativa, se realice una gestión efectiva del patrimonio y se alcancen los objetivos de desarrollo.

En esa misma vía, se ha dado un giro importante desde la gestión turística en los territorios, pues ya el patrimonio no es concebido como una carga económica para las administraciones en términos de inversión e intervención. Pues desde la perspectiva de Navarrete (2021) el patrimonio en los territorios es fuente de riqueza, mediante la cual, busca garantizar su conservación y uso desde una activación sostenible, que posibilite nuevas opciones económicas garantizando la sostenibilidad y reinversión de los bienes patrimoniales.

Es común que en la planificación turística de los territorios culturales se presenten productos segmentados e independientes caracterizados por su atemporalidad, pues la cultura y el patrimonio se representa de manera aislada empaquetada para segmentos específicos; Folclor, gastronomía, arquitectura, historia, tradiciones. De esa manera, se desconoce que el turismo es un crisol, que como dice Prat (2020) incluye a la población local, turistas, comerciantes, agentes públicos y un abanico de espacios cargados de significados y símbolos.

Lo cierto es que estas iniciativas no se encuentran exentas de problemáticas y contradicciones que se manifiestan en esos territorios, mencionan (Sequera y Nofre, 2018) que en la economía del turismo se han generado transformaciones determinantes a nivel social, económico y espacial en usos incompatibles del espacio público.

Desde comienzos de la década de 1990 empiezan a emerger diversas morfologías turísticas que no fueron ajenas a los cambios culturales, económicos, sociales, ambientales y tecnológicos. Fenómenos que modificaron las nuevas exigencias del mercado, el cual colocaba de manifiesto la



necesidad de un nuevo turismo, en el cual primara la experiencia en el destino y que fuera alternativo a la práctica tradicional de masas, para poder apreciar lo “auténtico” como una forma de aprendizaje. Argumenta Merchero (2015) que su desarrollo se lleva a cabo en áreas o territorios no congestionados, pequeños entornos urbanos con paisaje rural en sus cercanías, en el cual, se pudieran incluir como factores de atraktividad lo monumental, arquitectónico y lo cultural, para posteriormente denominar estas tipologías o morfologías turísticas como: Turismo rural, étnico, ecoturismo, agroturismo y una variante amplia que parece cobijar estas tipologías como un turismo cultural.

El turismo y su actividad no es inocua, pues los impactos tanto en los ecosistemas como en las comunidades son importantes y bien conocidos, sin dejar de lado los causados al patrimonio desde una perspectiva negativa. Quizás los más latentes y que se pueden contemplar, son los asociados a su daño y deterioro producto de la presión que se ejerce desde el turismo, pues estos amenazan su conservación y continuidad dada su fragilidad. Menciona Loza (2021) que, además, entre los impactos negativos del turismo hay que destacar el hecho de que, en algunas ocasiones, la ciudad no es capaz de financiar los costos asociados a la actividad turística.

Para autores como (Palomino y López, 2019) los operadores y empresarios del sector utilizan como estrategia neologismos que anteriormente fueron referenciados, para hacer ver que se instauran como respuesta al turismo tradicional y depredador que atenta contra el destino, la naturaleza y sus relaciones sociales. Se muestra a la oferta interesada, que son prácticas sostenibles y alternativas, un turismo para pocos y con infraestructuras planificadas para su desarrollo. Se valen de los recursos naturales y culturales, cada uno complemento del otro, eso sí, orientando la estrategia de marketing según la presencia e importancia en las regiones para capturar su cuota de mercado, matizándolo con nombres comerciales tales como: experiencia, cultura, sostenibilidad,

autenticidad, étnico, rural, alternativo, diferenciado, responsable y único. Todos ellos, adjetivos totalmente subjetivos y cargados de retórica de dificultosa comprensión a las percepciones de los turistas; en ese sentido:

Si algo distingue a estas formas sofisticadas de turismo es la posibilidad de incrementar su atractivo añadiendo y/o modificando subproductos-componentes del producto general, adecuándolo por supuesto a las condiciones y requerimientos de su clientela potencial, pero también a las posibilidades de inversión y características concretas de las empresas (generalmente pequeñas o medianas) y agencias (gubernamentales o no) implicadas en las áreas de explotación (Prat, 2020, p. 17).

Propone Ramírez (2014) que el éxito del turismo cultural está relacionado con el precepto “lo que las personas hacen y cómo viven” una fuerte conexión de la práctica turística con la posibilidad de experimentar la cultura, a lo que Hughes (1996) denomina una forma distintiva de vida en comparación con la propia; participando de sus profundas experiencias tanto en lo emocional, intelectual, psicológico y estético. Es una forma de turismo que da rienda suelta a la curiosidad, de ahí que su insumo es la interacción con las formas de vida diferentes y exóticas, las cuales se pueden experimentar por medio de su folclor, tradiciones, costumbres, ferias y fiestas, mitos, leyendas, medicina tradicional, gastronomía y artesanía. La propia contemplación de los monumentos, la arquitectura, sus pueblos, todo el componente tangible construido en el pasado y que goce de reconocimiento patrimonial.

Muchos destinos son adaptados y readaptados según Prat (2020) a las nuevas demandas, pues el objetivo es movilizar turistas con capacidad de gasto a los destinos culturales. Es una urgencia manifiesta, pues se evidencian importantes inversiones económicas en adaptación y construcción de planta turística, diseño de producto y adecuación del destino. Esto implica la movilización de recursos económicos y humanos, que garanticen la rentabilidad de las inversiones de los empresarios que “creen” en el turismo cultural como una posibilidad de prosperidad para los territorios, sin dejar de lado, la rentabilidad política para afianzar poderes que ejerzan control. En

palabras de Morel (2011) “el turismo de hoy se ha convertido en una metáfora de la comunidad global, en una vara de medir en asuntos nacionales e internacionales, cuyo estancamiento o aceleración se convierten en indicadores de realización socioeconómicos más amplios” (p. 35).

El turismo es bueno y es malo, pero alguna de las dos aseveraciones dependerá de la postura del interesado. Para los más entusiastas, el turismo es una herramienta poderosa en el aparato macroeconómico para generar prosperidad y aportes a los PIB internos de los países. Por otro lado, para los autores críticos, es un fenómeno social que genera impactos negativos alterando el equilibrio económico, social, cultural y ambiental; las dos posturas serán validadas o refutadas en razón al proceso de planificación del destino en el cual se contemplen todas sus aristas.

El turismo cultural para los tradicionalistas se cierne como una amenaza latente en detrimento de los bienes y manifestaciones culturales de los territorios. Sus consumidores crecen exponencialmente en la medida que las clases medias también lo hacen llegando a generar otra suerte de masificación hacia el patrimonio histórico. Autores como García *et al.* (2023) mencionan que hay una visión utilitarista, en la cual, no es justificada una oposición al turismo, puesto que este como industria tiene más efectos positivos que adversos, en vista de que genera crecimiento económico y empleos. De igual manera, atrae la inversión extranjera, genera desarrollo de infraestructuras y se revitalizan territorios con potenciales turísticos aumentando su productividad local. En ese sentido, el turismo cultural desde su percepción de efectos y bondades resultan en posiciones antagónicas que bien vale la pena analizar por separado.

## 5.6 La legitimación política del patrimonio

Desde la postura de Palou (2010) el turismo y el patrimonio se necesitan o se complementan, dependiendo del contexto social y político en el cual están insertos sus intereses. Sin dejar de lado las comunidades, pues son ellas las poseedoras en términos simbólicos de la herencia cultural como bien compartido. Este es administrado y gestionado por la gobernanza, en los que tienen lugar los procesos administrativos de decisión, pues allí intervienen actores del sector público y privado. El turismo cultural en los territorios desde sus procesos de planificación son focos de tensiones y conflictos, pues sus intereses son diversos y casi siempre en contravía de los intereses de los ciudadanos. Suremain (2017) considera que el turismo cultural tiene dos actores con intereses que coinciden, por un lado, actores políticos con poder de decisión desde la gobernanza, los cuales buscan anclar sus intereses en los territorios; de cualquier forma, una rentabilidad política” y el sector empresarial privado que busca la rentabilidad económica de sus inversiones.

Históricamente los poderes dominantes son los que han definido qué debe ser recordado y que debe ser olvidado, en lo que corresponde a los bienes materiales y las manifestaciones inmateriales. Estos han estado y estarán atados a los discursos políticos quienes buscan transformarlos o reproducirlos como productos culturales mediáticos y en la mayoría de los casos, con propósitos mercantilistas. En ese contexto, el turismo cobra un papel protagónico, en tanto que reproduce el discurso de la valoración y la conservación cultural por medio de su práctica. El turismo es un agente subordinado a las políticas culturales nacionales e internacionales, que buscan posicionar un ideario turístico de identidad cultural fabricando imágenes y experiencias, que atiendan una economía de mercado transformando los recursos patrimoniales en mercancía con valor de cambio Ribeiro (2022).

Desde el punto de vista gubernamental en las últimas dos décadas se vienen posicionando discursos sobre la diversidad cultural y sus particularidades locales, haciendo emerger lugares patrimoniales para desarrollar productos turísticos que reescriban el pasado, para ponerlo al servicio del mercado del presente Pérez (2006). El turismo se propone como un agente activador de una “recuperación patrimonial” instrumentalizando las políticas públicas como legitimadoras patrimoniales, que argumentan y justifican los usos turísticos por parte de poderes locales, que utilizan como paraguas las directrices de gestión cultural internacional (UNESCO-ICOMOS) en lo que se podría denominar un neocolonialismo cultural (Hiernaux y González, 2014).

Autores como Serrano (2016) consideran que al turismo se ve como la panacea y fuente de recursos económicos para los territorios sin realizar mayores inversiones, de ahí el afán de inscribir bienes y manifestaciones en las listas del patrimonio cultural, en el orden nacional e internacional. Muchas de esas acciones gestionadas por organizaciones que gozan de recursos económicos e influencias políticas regionales, tienen motivaciones particulares, que, de tajo, excluyen el grueso social de esos territorios, afectando su bienestar sociocultural y económico. Así, los marcos legales y normativos en el contexto nacional, departamental y municipal se constituyen en la plataforma por medio de la cual se impulsan las inversiones en turismo.

El mercado turístico demanda una reinterpretación del patrimonio cultural generando cambios en su producción y comercialización para finalmente redefinir su consumo cultural. Dice Prats (2015) que se ponen en valor las manifestaciones culturales de grupos minoritarios que históricamente estuvieron marginados (indígenas, afrodescendientes, migrantes y campesinos). En la construcción del discurso de la nueva identidad e interculturalidad en sus denominados “nuevos patrimonios”, los cuales son gestionados a partir de instrumentos políticos y legitimados por organizaciones culturales de alcance internacional.

Muchas organizaciones de base social han desarrollado iniciativas turísticas utilizando sus recursos culturales inmateriales, como estrategia para capitalizar sus recursos más inmediatos y colocando en cuestión el grado de autonomía para seleccionar cuales son ofertadas para el turismo Pérez (2008). En destinos no planificados el uso y explotación de los recursos se realiza por parte de operadores exógenos, a partir de la titularidad que le otorgan las instituciones públicas que gestionan el patrimonio cultural y la inevitable aparición de situaciones en los que unos se ven beneficiados y otros pierden en términos económicos.

A menudo las prácticas turísticas en territorios con desarrollos turísticos emergentes como menciona Pérez (2006) reproducen estructuras de dominación institucionales. Las cuales, a su vez, permiten comprender el desarrollo de las sociedades, particularmente, cuando desde las comunidades también se presentan acciones políticas de resistencia y negociación, como instrumento legítimo de lucha frente al avasallamiento al que son sometidos en la usurpación de sus territorios. De allí la naturaleza compleja y conflictiva del turismo, pues (Schenkel y Almeida, 2015) mencionan que esa interrelación entre factores políticos y económicos están estrechamente asociados a la producción y acumulación del capitalismo, por eso, se han construido políticas turísticas para ampliar la capacidad del estado y, sobre todo, de la ideología imperante en el modelo de producción económico y político del país.

El turismo en la contemporaneidad particularmente en su masificación se ha construido desde un eje político-económico, el cual se ha transformado en la última década, pues el liberalismo económico ha permeado los gobiernos reduciendo significativamente su acción, para darle más cabida a la iniciativa privada reduciendo los costos estatales. Desde ese horizonte Hall (2010) afirma que el modelo del estado de bienestar tradicional, en relación a las políticas públicas turísticas, le ha cedido el terreno al modelo corporativo que privilegia el rendimiento de las inversiones y el libre mercado. Así entonces, el estado únicamente dictamina lineamientos de

política marginándose de su deber social, para que el capital privado lo comercialice, configurando un turismo como industria, sin desconocer que los privados tienen directa injerencia en las políticas públicas, esto coincide con lo que dicen Matteucci *et al.* (2022) ya que el gobierno no es neutral si de gestión del patrimonio se trata, pues atiende a intereses de una agenda predefinida para dar continuidad al poder, a partir del uso y explotación de los recursos culturales del territorio.

### **5.7 Usos sociales del patrimonio**

Se asume una identidad patrimonial cuando por parte de una comunidad hay un reconocimiento y un valor simbólico, una validación social que logra establecer un punto de encuentro que permita la apropiación, circulación y puesta en valor de los bienes y manifestaciones culturales. El patrimonio abre nuevas perspectivas en relación con los diversos usos que las personas o los colectivos sociales le puedan dar (Gallou y Kalliopi, 2019). La apropiación social del patrimonio posibilita acciones comunitarias en relación con beneficios que se pueden obtener desde una correcta gestión y administración de los activos culturales, en esa vía las organizaciones culturales juegan un papel preponderante en activar mecanismos como el turismo que permiten alcanzar las metas y objetivos gubernamentales en términos de apropiación, educación, conservación, sostenibilidad y divulgación cultural.

Desde la patrimonialización se entiende por valor de uso la posible utilidad que del bien o de la manifestación se pueda hacer para ello deben existir simbologías, valores y representaciones desde el imaginario que construye el individuo. El uso social entonces será la posibilidad de dialogar e interactuar y darle sentido en la cotidianidad, es el valor solidario de quienes en común comparten el patrimonio. En los procesos de patrimonialización los usos sociales entran en

confrontación con los diversos actores partícipes del proceso, pues algunos de sus usos quedan restringidos en términos de administración y acceso a los bienes patrimoniales generando un espacio de disputa política, económica y simbólica entre la gobernanza, el sector privado y la comunidad Ragozino (2016).

Los usos sociales del patrimonio pueden ser muy distintos dependiendo del actor que los proponga, para el sector privado y empresarial sus usos estarán asociados a la mercantilización, no necesariamente visto como algo negativo o que vaya en contravía de los propósitos de conservación y mantenimiento de los bienes culturales, puesto que los ingresos que se deriven de su uso pueden contribuir a su sostenibilidad. Por parte del estado, si bien se busca la apropiación social del patrimonio desde la generación de política pública y programas especiales, también privilegia la mercantilización principalmente, cuando el turismo es el medio para cumplir con sus fines, de cualquier forma, una visión neoliberal del estado Suden (2022). De otro lado, las comunidades aparecen frente a las resistencias y los conflictos que se puedan generar respecto a los beneficios económicos, lo que de manera paralela puede afectar los procesos sociales.

Respecto a los conflictos patrimoniales la postura conservacionista toma cada vez más fuerza, sobre todo, en sectores institucionales tanto nacionales como internacionales, que no desconocen las posibilidades económicas, pero tampoco los conflictos en el uso y apropiación del patrimonio. Esa postura salomónica propone un balance económico-social, que desde la perspectiva de Salge (2010) se trata de que exista capacidad sostenida de respuesta económica y financiera a los retos de la conservación y el uso, en consonancia con los objetivos sociales prefijados. Todo esto puede conducir a una paradoja bastante notable, puesto que, si bien existen unos bienes y manifestaciones culturales como acervo de una sociedad y de propiedad colectiva, no necesariamente van a estar disponibles, máxime cuando existen jerarquías culturales que se puede distinguir entre lo culto y lo popular García (2009).



Gestionar el patrimonio orientado a consenso y al uso social en la contemporaneidad implicará un esfuerzo conjunto teniendo en cuenta los siguientes parámetros: a) trazar unos objetivos de uso que sean de largo aliento y que incluyan al mayor número de individuos así: b) construir propuestas que deriven de mesas de trabajo democráticas, participativas e incluyentes, en el consenso social y político al que hace el llamado la Unesco; c) realizar una taxonomía de bienes y manifestaciones que alcancen las representatividad de mutuo acuerdo, visibilizando la cultura mestiza, sin pretensiones ni jerarquías; d) acompañar los procesos con personal experto, calificado y con conocimiento sobre la gestión patrimonial en el ámbito institucional y e) garantizar la no vulneración de las comunidades teniendo en cuenta que no deben ser procesos impositivos, pues el ideal que sean iniciativas de la comunidad y en beneficio de esta.

La efectividad en los programas para el uso y apropiación del patrimonio parten de la voluntad política y de la decisión administrativa de los entes gubernamentales que tengan injerencia directa en la gestión del patrimonio; esto ligado a la participación de la comunidad local como poseedora de los bienes culturales. Se espera que las comunidades gocen de autonomía en la gestión y administración del patrimonio y que la gobernanza seda muchas de las responsabilidades a los colectivos sociales para lograr la cogestión y la coadministración, acciones que ya vienen quedando de manifiesto en las políticas culturales nacionales y regionales Gutiérrez *et al.* (2022). Dadas las nuevas tendencias de mercado y los cambios en las demandas de los viajeros en relación a un turismo cultural que privilegia las culturas populares, las activaciones turísticas desde los procesos de patrimonialización para la apropiación social del patrimonio deben potenciar la producción local de carácter cultural como la gastronomía, la artesanía, las tradiciones, entre otras.

Es imperante que los procesos de patrimonialización turística y cultural deban repensar la noción patrimonial que persiguen activar, pues como menciona García (2009) exige deshacer una red de conceptos preconcebidos que dificultan la ubicación del patrimonio en el marco de las

interacciones sociales. Como en el caso de Honda, la patrimonialización y la activación turística privilegia los bienes culturales de las clases políticas y económicas que son los poderes hegemónicos que se han mantenido por un largo tiempo. La patrimonialización de Honda y el acceso a sus usos, restringe las manifestaciones y los productos de la cultura popular de los indígenas, afrodescendientes, campesinos y clase obrera. La patrimonialización en su estructura misma debe repensar los usos sociales y anteponerlos por encima de las pretensiones económicas. Los usos sociales son la posibilidad de acercar la cultura y apropiarse la historia, no es exclusivo de académicos o especialistas, es competencia de todos los actores, incluso mucho más por aquellos que han sido víctimas de las hegemonías culturales Ragozino (2016).

Una forma de acercar el patrimonio a la comunidad es crear productos culturales que puedan ser accesibles y asequibles y esto se puede lograr desde procesos de planificación turística. Las posibilidades son diversas, desde un producto turístico que asocie los valores culturales locales, la compra de artesanía, talleres de arqueología, de inventarios culturales, de restauración; integrar los programas culturales con los turistas, diseño de páginas Web que permita visitas de familiarización de los bienes y manifestaciones. Será la creatividad en las acciones de acercamiento a la cultura lo que determine el éxito en estos procesos.

## **5.8 La patrimonialización como estrategia para la reconfiguración de los territorios turísticos**

En los últimos años frente a la crisis medioambiental y los efectos tangibles del turismo masificado, se ha instaurado el discurso de la sostenibilidad, que aboga por la protección y conservación de los bienes y manifestaciones culturales. Esta ha sido una estrategia alternativa para

una ludificación entre el turismo y el patrimonio, cuyo producto resultante fue el turismo cultural; un turismo que evidentemente está mediado por las lógicas del mercado. Se habla de una gestión cultural y de una gestión económica, las cuales otorgan el piso argumentativo para que se presente como práctica sostenible.

Es importante reconocer los cambios que se suscitan en torno a la valoración patrimonial en relación al desarrollo turístico actual, pues la activación patrimonial por medio del turismo necesariamente reconfigura el territorio, tanto en lo material, como en lo simbólico, a partir de las representaciones patrimoniales de los turistas y los habitantes.

Ya desde la década de 1990 y paralelo a las aperturas económicas de los países latinoamericanos, se empezaba a manifestar un interés generalizado en el patrimonio como recurso capaz de ser transformado en producto turístico y activo de usufructo en los países emergentes Morel (2011). En esas estrategias de diversificación se evidenció la importancia del patrimonio y la cultura en los pueblos, como factor clave en la construcción de identidad nacional, en contraprestación a lo que en otrora fue el desconocimiento y desvalorización que existía respecto recursos patrimoniales por parte de las poblaciones locales, lo cual conducía al deterioro y pérdida progresiva de esos activos culturales.

Es importante comprender que, en términos de valoración y validación del patrimonio, el rol de la comunidad local es preponderante, pues son los herederos históricos de los bienes y manifestaciones y poseedores legítimos de la identidad cultural colectiva. De igual manera, la mirada externa influye validando lo que los satisface o no, en términos de un patrimonio predispuesto para el turismo.

En el contexto actual, la patrimonialización se asocia a las prácticas turísticas en los territorios con recursos culturales, en los cuales, se pretende una activación desde la perspectiva de la mercantilización del patrimonio, poniendo énfasis en el valor comercial que se le asigna y

anteponiendo el valor simbólico e identitario que es su esencia Almirón *et al.* (2006). En perspectiva, miradas contrarias a lo que en el pasado se entendía como patrimonialización, pues era la construcción de la identidad cultural de la sociedad local, en donde el turismo era únicamente un medio para la consecución de ese objetivo.

Los procesos de patrimonialización según Prats (2006) de manera intencionada han buscado la fragmentación y diferenciación espacial, delimitando el perímetro del centro histórico como zona de desarrollo turístico especial, en donde se canalizan las inversiones económicas, los desarrollos empresariales y los eventos culturales de importancia para ciertos sectores. Se aspira a un centro histórico pulcro, higienizado, estético y sobre todo seguro, libre de vendedores ambulantes, pero cargado de turistas internacionales y habitantes estilizados. Esos proyectos patrimoniales son desiguales, pues solo se ven beneficiados los que habitan el perímetro histórico y los que se encuentran por fuera de esa frontera no tienen nada, por lo tanto, no es solo una división física y económica, sino también una división simbólica Belhassen (2014).

La patrimonialización como acción implica los esfuerzos comunes de las sociedades para la transformación de algo importante y representativo en patrimonio, el cual debe ser validado y legitimado desde el mutuo acuerdo, en coherencia con lo que propone Pérez-García *et al.* (2022). Actualizando, adaptando e interpretando rasgos del pasado para reagruparlos en el presente, como práctica actual y unificada Suremain (2017). En el contexto del turismo actual, en donde se busca posicionar el ideario del turismo cultural, la patrimonialización es determinante a la hora de legitimar ciertos bienes y manifestaciones, pues su producción se articulará a la promoción y comercialización de los productos y de los destinos turísticos.

Para comprender los procesos de patrimonialización desde una noción semántica, es preciso distinguir entre valoración y valorización. Por su parte Ramón (2022) menciona que el valor

simbólico y las representaciones que las comunidades se hacen de su herencia cultural determina qué es valioso para que deba ser preservado y conservado al interior de la organización social.

Por otro lado, la valorización tiene un carácter subjetivo que se construye desde los argumentos y la discusión en el debate público, con el concurso de expertos en ámbitos patrimoniales que aterrizan las nociones teóricas y legales, con el propósito de que los colectivos sociales apropien las representaciones de su patrimonio para la construcción de una identidad cultural colectiva Pérez-García et al. (2022).

### **5.9 La legitimación del patrimonio cultural para el turismo**

Cuando se habla de patrimonialización desde los estudios críticos (Castillo y Alfonso, 2017) lo entienden como un medio de control social que le sirve a los intereses de grupos específicos que buscan ejercer control económico, político o social. Estos legitiman sus intencionalidades presentes, en la medida que instrumentaliza el pasado con el concurso de ciertos individuos “expertos” que tienen un reconocimiento institucional, a partir del cual, pueden determinar que debe ser entendido como patrimonio y que no.

Muchos de estos expertos participan en la creación de políticas públicas de gestión patrimonial en el orden nacional y están reconocidos por organismos de gestión patrimonial internacional, lo cual les entrega las credenciales, a partir de las cuales, pueden ejercer influencia avasallando políticas públicas a determinados intereses. Para Franquesa (2010) el patrimonio condensa relaciones de poder que en muchos casos son apropiadas por individuos que sirven a determinados intereses que buscan beneficios particulares en detrimento de los intereses colectivos.

De igual manera, menciona Morel (2011) que un análisis profundo en los contextos de la patrimonialización mostraría que contribuye significativamente a la exclusión y fragmentación, a la subordinación de las comunidades, a los desarrollos selectivos, a las desigualdades sociales y finalmente a la pérdida de identidad cultural. La patrimonialización desde los intereses económicos, es contraria a la patrimonialización para la reivindicación y la valoración. El actual escenario es conflictivo, pues va en contravía de los intereses económicos con los objetivos de salvaguardia.

Los procesos de patrimonialización (ver figura 22) siempre estarán influenciados por el poder político y los gobiernos de turno, pues por medio de un proceso planificado y selectivo y con el auspicio de “expertos” en asuntos patrimoniales seleccionan cuál es la historia que se debe escribir y contar y qué debe ser reconocido como patrimonial en la construcción del ideal cultural de la nación Prats (2015).

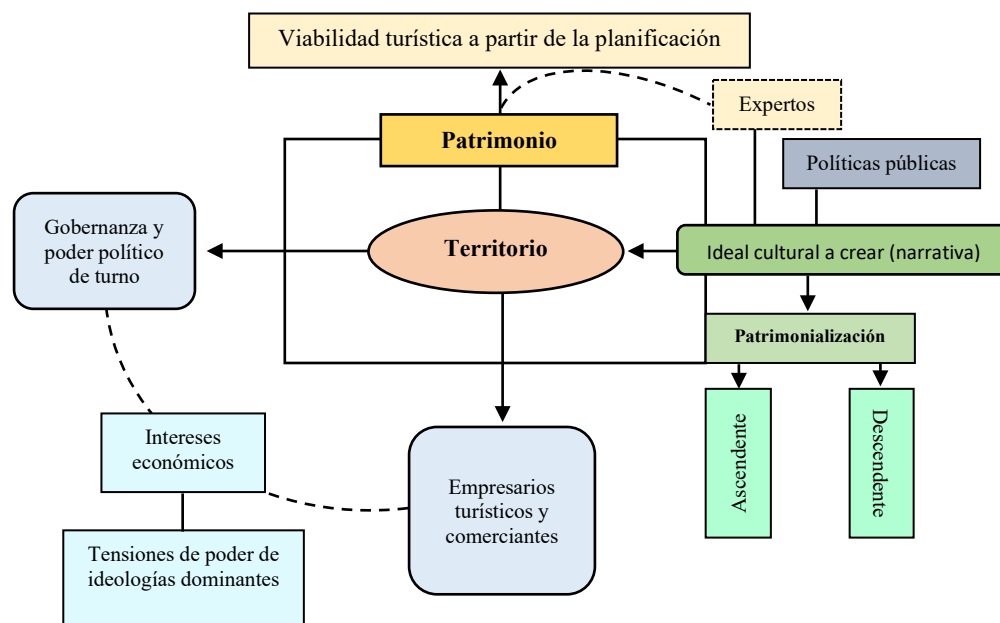
Por eso se entiende que la historia se cuenta según quien la escriba y según los intereses que atienda. Así mismo Ramón (2022) menciona que no hay una única vía de patrimonialización, pues la tradicional se entiende como algo vertical de arriba hacia abajo, en cabeza de las instituciones de carácter político. Allí la gestión territorial del patrimonio está subordinada al gobierno central, el cual dictamina por medio de las políticas públicas la gestión de los recursos patrimoniales.

No obstante, es un proceso que se ha abierto haciéndose más participativo cambiando su estructura vertical descendente a una ascendente, lo que se conoce como patrimonializaciones desde abajo. Estas surgen en la mayoría de los casos como formas de resistencia a las imposiciones culturales gubernamentales y a los amañes políticos de ciertos sectores para favorecer intereses económicos de empresarios:

El turismo transforma el destino en un laboratorio, en el cual se experimenta a partir de las expectativas de gestores culturales locales, empresarios turísticos regionales y organismos gubernamentales, buscando su viabilidad turística; claramente se manifiestan tensiones de poder

entre ideologías dominantes que disputan y negocian, para construir un ideario local a partir de la narrativa discursiva en lo que será la historia local por contar (Nieto, 2020, p. 21).

**Figura 23** Proceso de patrimonialización en los territorios



*Nota.* Fuente: El autor.

### 5.10 El patrimonio cultural como objeto de transacción

El turismo como fenómeno social y empresarial dinámico está en la constante búsqueda de sectores, a partir de los cuales, poner en marcha su aparato de producción en nuevos escenarios adaptados a las demandas de un mercado cada vez más diversificado y exigente. Como respuesta, se desarrollan lugares para el turismo tomando sus recursos culturales en lo que autores como Harrison (2010) llaman estrategia de la conservación patrimonial construyendo un libreto a partir de emociones e intereses de distintos actores, para converger en una reescritura del pasado para ponerla al servicio del presente.

De tal suerte, el turismo cultural se subordina a las lógicas del mercado, en el cual se busca la rentabilidad del capital, por eso, los procesos de patrimonialización son susceptibles de convertirse en mercancía cultural, pues todo tiene un valor de cambio, entre ellos: iglesias, monumentos, construcciones, tradiciones, e.t.c (Díaz y Jover, 2019, p. 23).

El aparato económico y capitalista en su afán de acumulación de riqueza necesita de la producción de elementos patrimoniales, de allí que los gobiernos nacionales, regionales y municipales emitan declaratorias o incluyan en listas numerosas planes de conservación y salvaguardia de bienes y manifestaciones culturales. Pues tras ellas se logran asignaciones de recursos económicos y posibilidades de ser desarrollados turísticamente los territorios en los cuales tienen presencia.

En los procesos de patrimonialización institucional los bienes culturales son sometidos a discursos selectivos, teniendo en cuenta que el patrimonio está en permanente revisión y son los poderes institucionalizados los que determinan y seleccionan que debe ser reconocido o recordado y de igual manera, que debe ser ignorado y aparatado de las memorias colectivas. Esos procesos no son homogéneos o lineales, pues deben obtener el consenso social para su legítimo reconocimiento. Menciona Prat (2020) que, en esta configuración, es clave el reparto de poder dentro del proceso de patrimonialización, entre administraciones, empresarios turísticos y sociedad civil.

No existirá una patrimonialización integral para el turismo si no se garantiza la intervención y participación de las comunidades desde la diversidad que la integran. En ese sentido, la planificación es el sustrato del turismo y el patrimonio, desde la lógica del entendimiento y la negociación, sin desconocer que no son procesos exprés o desarrollados en el corto plazo, todo lo contrario, al ser procesos de consenso, son largos y costosos. Menciona Jover (2019) sin comunidad



no hay patrimonio, y para garantizar su pervivencia es preciso que aquella sea plenamente consciente de su memoria y de su cultura.

Es imperante lograr liderazgos que tengan la capacidad de empoderar las comunidades para que sean conscientes de que su patrimonio es un hecho constitutivo de identidad colectiva. Es un activo que puede contribuir como agente de transformación social, sin dejar a un lado, que son muchos los riesgos que se corren cuando los procesos de patrimonialización tienen fines de mercado particularmente para las prácticas turísticas. Los planificadores turísticos y los gestores culturales deben gestionar todos los recursos necesarios para que las comunidades sean las que tengan el pleno control y autonomía de sus bienes culturales, aunque en algunos casos eso no sea posible.

### **5.11 Turistificación de los bienes culturales**

En consecuencia, con lo anterior se hace pertinente abordar la turistificación, la cual desde sus presupuestos teórico-conceptuales se utiliza para comprender las implicaciones e impactos causados por el turismo en los territorios y las comunidades. Usualmente un concepto utilizado en la reflexión crítica hacia el turismo de masas, haciendo hincapié en que lo que está concebido para los ciudadanos locales termina siendo un privilegio para los turistas. De esa manera, la turistificación es una consecuencia del turismo carente de procesos de planificación, pero también del éxito que ha tenido en las últimas décadas, cuando se logra una verdadera democratización del viaje, en la medida en que las clases medias se afianzan en los países haciendo del turismo un objeto de consumo.

El crecimiento del turismo ha tomado por sorpresa a la mayoría de los países que cuentan con recursos de atraktividad generando problemáticas en su correcta gestión, pues no han sabido como gestionar tal volumen de viajeros y como minimizar los impactos en los territorios en los que tiene lugar, paradójicamente cualquier iniciativa de regulación y control es tomada como una afrenta a la libre empresa y a las oportunidades de negocio.

La turistificación es un proceso posterior a la patrimonialización Weiyii et al. (2023) pues se vale de los territorios culturales para transformarlos en destinos turísticos, con el objetivo primario de comercialización de las formas culturales, a partir de la espectacularización de sus recursos Pérez (2008). La cultura como objeto de consumo se empaqueta atendiendo las demandas de un mercado que busca en los turismos alternativos una forma de capitalizar el discurso de la conservación y la sostenibilidad. A partir de destinos que ofertan un turismo especializado que aparentemente tiene el control de la masa turística circulante y vigila sus posibles impactos.

Desde los años 1980, las fuerzas del mercado —casi como únicos operadores, pero en perfecta alianza con las instituciones públicas— han determinado la transformación de los barrios históricos del centro de muchas ciudades buscando en su propio interés su revalorización económica, cultural, espacial y social, en clave de circulación sin restricciones de capital y de construcción de un escenario propicio de consumo y negocio. De este modo, el turismo urbano ha adquirido un papel central en este proceso de “ludificación” de la ciudad (Baptista, 2005, p. 23).

La turistificación en palabras de Knafou (1999) puede entenderse como el proceso mediante el cual, a partir de diferentes estrategias, en el orden de lo público y/o lo privado determinado territorio con condiciones de atraktividad se transforma en un enclave turístico, desde la dimensión física (infraestructura y equipamiento) e imaginaria (representaciones e imaginarios de habitantes y turistas). La turistificación se asume como un nominativo que tiene relación directa con el ciudadano, respecto al impacto que le significa, que las instalaciones y los servicios, otrora tradicionales para su uso, pasen a ser casi de manera exclusiva para el uso y disfrute de los turistas

La turistificación como una acción concebida por parte de agentes comerciales, institucionales y gubernamentales estimula la transformación urbana, con miras al desarrollo turístico de un territorio específico, para lograr la competitividad sectorial y el éxito empresarial de sus interventores. En efecto, es una dinámica capitalista que se ha intensificado en la medida que el viaje se vuelve anhelo y necesidad en la sociedad agobiada y monótona, que busca como refugio territorios que ofrezcan una alternativa de descanso, en el cual se aprecien los valores culturales locales. (Aramayona y García, 2019) mencionan que la turistificación se manifiesta en los pueblos provinciales con la hiperpresencia de turistas, aumento de la oferta comercial y desarrollos inmobiliarios, cambios en la movilidad, tercerización de la vivienda y aumento de la oferta de atractivos turísticos particularmente desde lo cultural.

El fenómeno de la turistificación ha sido ampliamente estudiado en ciudades históricas de España, México, Italia, entre otras, allí se han generado movimientos de resistencia respecto a la responsabilidad de los gobiernos locales y las políticas públicas, en los procesos de desterritorialización ocasionados por la turistificación de las ciudades y pueblos históricos Sequera *et al.* (2017). Muchos de estos movimientos se asocian a la problemática de los apartamentos turísticos, el uso de terrazas en el espacio público, el consumo de alcohol, drogas y otras tantas. Se busca de cualquier manera cambios en las políticas públicas que permitan la regulación y control, o como lo propone Navarrete (2021) garantizar con medidas concretas el derecho a la ciudad en territorios concretos sometidos a amenazas concretas.

Sin las personas estos territorios serían un escenario carente de vida e identidad, motivo por el cual, surgen movimientos sociales que buscan reivindicar y proteger su espacio vital y su patrimonio cultural como un derecho a la ciudad Hall *et al.* (2020). La protección del patrimonio es un asunto de actualidad en las administraciones territoriales, que buscan la protección y conservación de los bienes y manifestaciones que hacen parte del pasado común de sus ciudadanos,

los cuales, en conjunto, constituyen la identidad de la nación. El nacionalismo infundado durante el siglo pasado en continuidad con el presente ha marcado la necesidad de conservación, para lo cual, se ha legislado de una manera suficiente tanto desde las políticas nacionales como desde la legislación internacional, para la protección del patrimonio por parte de la UNESCO y sus organismos asociados, a partir de las cuales, se busca el reforzamiento de las culturas nacionales.

Su reivindicación por sí misma no es suficiente, se necesitó de un instrumento para lograr la divulgación de esas formas culturales en el mayor número de personas, para pasar de una política de conservación del patrimonio cultural “patrimonialización” a la comercialización y puesta en valor por medio del turismo “turistificación”. Es de tener en cuenta que, si bien los procesos de patrimonialización tienen competencia en los organismos gubernamentales desde sus marcos normativos, no es ajena la participación e influencia de agentes privados que ejercen presión para declarar uno u otro bien cultural atendiendo intereses específicos. Lo que sí es claro, es que los procesos de turistificación son de total control del sector empresarial privado, quienes tienen un propósito económico básicamente para que a partir de las actividades turísticas y las políticas públicas de orden cultural se produzca lo que (Hiernaux y González, 2014) denominan el avasallamiento a las metas turísticas, evidenciando el concurso de organismos externos que fungen como legitimadores de las políticas patrimoniales.

## **5.12 La gestión turística como estrategia de distracción**

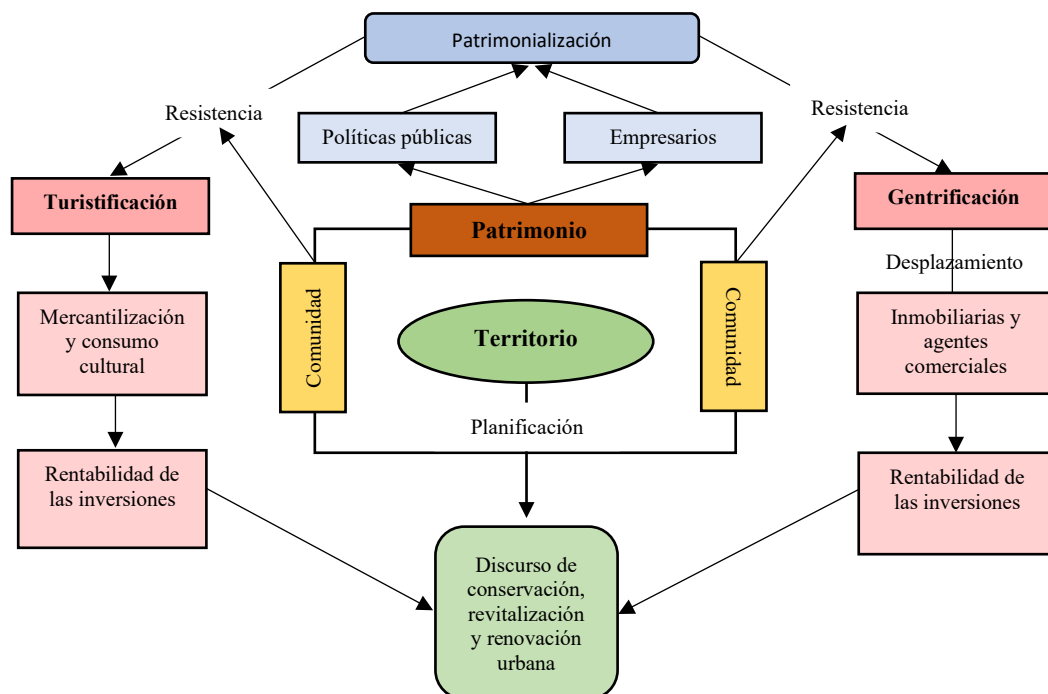
El turismo en los destinos patrimoniales es presentado como una salida a las crisis económicas, pues se considera que tiene una capacidad significativa de dinamizar las economías locales y generar puestos de empleo. Se busca el mayor crecimiento en términos cuantitativos,

aunque en la mayoría de las veces, no se tiene en cuenta los efectos sobre la población y los bienes y manifestaciones culturales haciendo que el patrimonio se vea como una suerte de estrategia que oculta otras intenciones.

En consecuencia, se genera una situación ambivalente, pues el patrimonio cultural es conservado y valorado por los empresarios en la medida de que sea un medio para aumentar la rentabilidad de sus inversiones, de lo contrario, ese mismo patrimonio será apartado, agredido e invisibilizado sino se articula a sus intereses.

La turistificación patrimonial deja entrever afectos significativos en las comunidades, según (Baptista, 2005, p. 23) algunos de ellos son: el aumento de las viviendas turísticas que no se formalizan e incentivan la para hotelería, aumento significativo en el precio de las viviendas y los alquileres, lo cual genera presión a los locales para vender y abandonar sus hogares, sustitución de población habitante por población flotante y temporal constituida por turistas, cierre de comercios tradicionales para ser sustituidos por comercios que atiendan las demandas de productos y servicios de los turistas, pérdida del espacio público, el cual es invadido por los vendedores ambulantes (Chen y Rahman, 2018). En suma, se genera un desplazamiento de los ciudadanos y de sus dinámicas tradicionales en detrimento de su calidad de vida. A continuación, en la figura 23 se puede ver la síntesis de la turistificación en los territorios:

**Figura 24** Proceso de turistificación en los territorios



Nota. Fuente: El autor.

La turistificación desde las dinámicas del mercado se esfuerza en construir paisajes idealizados que tengan la capacidad de evocación y recuerdo buscando aumentar las “nostalgias” de los turistas potenciales Morel (2011). Ahí el potencial de los pequeños pueblos que son comercializados como “auténticos” los cuales son sometidos a un proceso de maquillaje para adecuarlos a la demanda del mercado global que romantiza ciertos escenarios culturales. Allí se construyen relatos y nuevas historias, las cuales muchas veces no son fieles a las realidades históricas, pues son nuevas historias para los turistas que están dispuestos a pagar por ellas. Desde esa perspectiva, la patrimonialización y la turistificación operan, desde los sectores

socioeconómicos dominantes, “como mecanismos que implementan acciones que justifican la jerarquización espacial de una ciudad, en términos estéticos y de servicios, acompañados de discursos que buscan crear un consenso con sectores de la comunidad” (Prats, 2006, p. 26).

### **5.13 La gentrificación como consecuencia de la turistificación**

En esa misma vía, el turismo es un gestor de la transformación urbana, en donde la turistificación previamente analizada conduce hacia procesos posteriores de gentrificación (ver figura 4), en los que los cambios en las dinámicas urbanas, comerciales y turísticas generan presión en los habitantes, a tal punto que son expulsados, desplazados y marginados, a lo que Gothan (2005) denomina la “gentrificación turística”. Salinas (2017) considera que una turistificación planificada conduce a una gentrificación por desplazamiento, en tanto que allana el camino para la llegada de población con mayor poder adquisitivo presionando a los habitantes locales en condiciones contrarias a vender sus predios, esto puede estar asociado a organizaciones público-privadas interesadas en procesos de reurbanización.

La gentrificación turística desde la perspectiva de (Hiernaux y González, 2014), está motivada por los intereses de grupos económicos que encuentran en las políticas públicas y el establecimiento, el medio para llevar a cabo iniciativas de renovación urbana desplazando lo que se considera popular, precario e invisible. Desde esa lógica, el patrimonio es instrumentalizado como un recurso, el cual se dota de significado turístico construyendo imágenes para los viajeros que transitan de manera efímera, pero que, a la vez, son los nuevos habitantes, a los que resulta difícil diferenciarlos de los residentes (Jover y Díaz, 2019).

Una característica importante de los centros históricos en Latinoamérica es que son poseedores de un pasado colonial representado en su patrimonio histórico y arquitectónico y que, por su propia dinámica, se permitía su ocupación por distintas clases sociales, no necesariamente obligando contacto y relacionamiento entre ellos Minasi *et al.* (2021). Las migraciones campesinas del campo a la ciudad en la primera mitad del siglo XX forzaron la salida de las élites económicas y de las familias con mayores ingresos, hacia una periferia suburbana más exclusiva y distanciada geográfica y socialmente de los nuevos ocupantes de clases populares (Hiernaux y González, 2014).

Progresivamente las zonas céntricas e históricas se fueron degradando y deteriorando, lo cual aumentó los índices de inseguridad producto de microtráfico, prostitución y ventas ambulantes. Es hasta finales del siglo XX que la acción estatal desarrolla programas de intervención de los centros históricos, para hacerlos más accesibles en términos de acercar la cultura y el patrimonio a sus ciudadanos (Chen y Rahman, 2018). Esto hizo que se aumentaran las medidas de control respecto a la seguridad y el comercio informal iniciando procesos de restauración arquitectónica con el fin de revitalizar los centros históricos.

En consecuencia, los centros históricos se han presentado como una oportunidad para los inversionistas privados, que en alianza con los poderes políticos locales encuentran en el turismo de connotaciones culturales la posibilidad de desarrollar turísticamente estos espacios, posibilitando la adecuación de infraestructura, hotelera, gastronómica, comercial y de entretenimiento siempre en busca del rédito económico.

La gentrificación y el turismo tienden a coexistir en los espacios urbanos, sobre todo, los de características culturales y ellos se refuerzan mutuamente Cummins (2015) a tal punto que, intereses particulares de la industria turística, junto con agentes gubernamentales la fomentan. Un destino gentrificado genera la percepción de orden, organización, higiene, un lugar predispuesto



para el consumo (Sigler y Wachsmuth, 2016) ambiente de tranquilidad y seguridad, atributos que buscan los viajeros de clases medias interesados en destinos culturales con dichas características. Se asiste así a la llegada de nuevos hoteles, restaurantes, tiendas, grandes superficies, constructoras, agentes inmobiliarios y, sobre todo, operadores turísticos.

Los territorios poseedores de bienes culturales y centros históricos se utilizan como escenario de los nuevos desarrollos inmobiliarios, para compradores interesados en una segunda vivienda para el descanso, o como inversión dentro de la industria turística. No es de extrañar que en estos lugares se vea oferta inmobiliaria que habla de la revitalización y renovación urbana y la oferta de proyectos de vivienda campestre en las inmediaciones de los atractivos turísticos culturales. El éxito de estos proyectos conlleva la llegada de nuevos habitantes con poder adquisitivo medio y alto, según el desarrollo inmobiliario ocasionando impactos significativos en los habitantes locales.

La declaratorias culturales oficiales solo dinamizan y desarrollan el centro histórico y los lugares conexos en donde se concentran los atractivos turísticos y los recursos culturales, lo cual desencadena en la fractura y fragmentación del territorio, puesto que la renovación de los centros históricos no tiene como principal objetivo a sus ciudadanos locales, sino que es todo lo contrario, son procesos de renovación orientados exclusivamente a los turistas:

Mientras existen 'áreas orientadas netamente a actividades turísticas', existe 'otra' ciudad que oculta, excluye y segrega a la pobreza del escenario turístico. Así, habría una coexistencia de dos realidades urbanas, una de frente abierta al turista y a las inversiones, y una de fondo que estaría ocultando las relaciones sociales de dominio y exclusión propias de las relaciones capitalistas de producción. en ese sentido menciona (Canclini, et al, 2023, p. 13).

La gentrificación turística es una realidad de los territorios con recursos culturales, de tal suerte, se deben buscar los mecanismos de mediación que permitan considerar una gentrificación sin expulsión como lo propone Salinas (2017) en la medida en que surjan las posibilidades de que distintas clases sociales convivan en un mismo espacio y territorio, a partir de dinámicas mediadas

en el marco del respeto mutuo, la heterogeneidad, el consenso y las metas comunes; pues de esa manera, se contribuiría a menguar la segregación que se manifiesta en los espacios turísticos contemporáneos.

## Capítulo VI. Metodología

### 6 Estructura metodológica

La presente investigación se estructuró en cuatro momentos diferentes los cuales fueron complementarios entre sí y ayudaron a definir una estructura lógica en el proceso investigativo.

El primer momento implicó el planteamiento y formulación del problema, luego se formularon los objetivos (general y específicos), las hipótesis del trabajo y finalmente el marco teórico a partir de sus categorías de análisis.

El segundo momento implicó la definición de la estructura metodológica como componente vertebral en la búsqueda de la información, de esa manera, se asumió el método etnográfico teniendo en cuenta que permite una aproximación más cercana para el análisis del turismo, el patrimonio y el territorio en Honda, componentes que están mediados por las relaciones sociales de diversos actores. El método etnográfico permitió una lectura reflexiva de las dinámicas propias del territorio, en contraste con la observación como técnica cualitativa permitiendo una aproximación a la realidad del municipio de Honda, en donde el investigador pudo ordenar, contextualizar e interpretar los datos de forma objetiva en relación al objeto de estudio.

El tercer momento estuvo determinado por la fase de trabajo de campo: recolección, sistematización y análisis de la información; en este apartado fueron determinantes las fuentes de información tanto primarias como secundarias, destacando la participación de los informantes quienes atendieron el llamado para hacer sus aportes en la construcción de esta propuesta. De igual manera, la triangulación de la información de campo, con el planteamiento del problema y los

presupuestos teóricos entregaron los elementos necesarios para la reflexión del capítulo de discusión.

Finalmente, el cuarto momento es la reflexión profunda que implica la generación del nuevo conocimiento, los nuevos cuestionamientos, la discusión sobre un objeto de estudio inacabado y lo más importante, la posibilidad del debate que abrirá el camino para posteriores investigaciones.

Este trabajo asumió un enfoque cualitativo, de acuerdo como lo propone Salgado (2007) ya que posibilita la argumentación y la reflexión de la información y el conocimiento en relación con los procesos de patrimonialización y turistificación que se llevan a cabo en el municipio de Honda; este enfoque presenta a la investigación la posibilidad de reconocer el carácter intersubjetivo, tanto de la vida social como de su conocimiento; es decir, centra su mirada en las dinámicas sociales que acontecen y sus respectivos cambios motivados por los intereses particulares y las necesidades colectivas del área de estudio.

De igual manera, se propuso un abordaje desde el paradigma sociocrítico comprendiendo que los objetos y los sujetos observados se constituyen socialmente y por ende deben ser analizados en ese contexto social y cultural en el que se encuentran situados; pues abordar el paradigma sociocrítico implica que los individuos no solo deben buscar comprender el fenómeno sino que deben plantear soluciones a los problemas sociales como una apuesta a la construcción de sociedad, pero los cambios solo se logran si hay una comprensión histórica y si se es consecuente con la realidad (Díaz y Pinto, 2017).

En ese sentido, este trabajo pretendió estimular procesos reflexivos que cuestionaran las relaciones de poder en contextos territoriales y su influencia en la patrimonialización, turistificación y mercantilización del patrimonio colectivo y sus posibles repercusiones a partir de tensiones y conflictos en las capas sociales del territorio objeto de estudio.

### **6.1 La etnografía como campo de acción y reflexión: contactos previos con los informantes.**

Partimos del hecho de que en la etnografía el principal productor de datos fruto de su interacción y participación en el contexto del trabajo de campo es el propio etnógrafo, sus observaciones son subjetivas, pero en constante vigilancia de que su objeto de estudio sea interpretado en razón a sus presupuestos teóricos, metodológicos y los objetivos del trabajo Guber (2011). Desde esa perspectiva, entrar en detalle respecto a cómo se desarrolló el trabajo de campo, a partir de las relaciones, observaciones e interpretaciones, será una condición necesaria para entender desde dónde estoy situado como investigador y así evaluar la validez de los datos y el alcance de la investigación.

Es de anotar que el trabajo de campo, como el hecho mismo de situarme en el territorio implicó una serie de acercamientos previos, con miras a buscar la participación de los informantes que habían sido seleccionados de acuerdo con su nivel de injerencia en distintos organismos determinantes en el análisis de la patrimonialización del municipio de Honda.

Por las características políticas y culturales e históricas del municipio de Honda, cada contacto con los tentativos informantes significaba explicar en detalle cuestionamientos como: ¿para qué quiere esa información? ¿de dónde es usted? ¿Qué va a hacer con esa información? ¿por qué le interesa saber eso? ¿me va a grabar? ¿quién tendrá acceso a esa información? ¿esa información se va a hacer pública de alguna manera? Entre otras preguntas. Cabe aclarar que estos cuestionamientos fueron realizados por parte de empresarios del sector turístico y agentes gubernamentales articulados a la gestión del turismo en el municipio; claramente se evidenció

cierta prevención respecto a la búsqueda y manejo de esa información. Finalmente, algunos empresarios del sector turístico decidieron no participar cuando se enteraron de que las entrevistas quedarían grabadas; esta situación obligó a establecer nuevos contactos y solicitudes demorando el proceso y la salida a campo.

De igual manera, establecí contacto con los siguientes organismos gubernamentales de orden nacional y departamental en Colombia: Grupo de Patrimonio Cultural del Ministerio de Cultura, Dirección de Análisis Sectorial y Promoción del Viceministerio de Turismo y Dirección de Turismo del Departamento del Tolima. Resultó muy difícil la comunicación con ellos, pues en ese momento estábamos en el periodo más duro de la cuarentena derivada de la crisis del Covid 19, es de aclarar que, estos contactos preliminares se realizaron vía telefónica y correo electrónico, en los meses de junio y julio de 2020.

Las respuestas de estas oficinas eran que, por la misma crisis, los tiempos de los profesionales estaban priorizados para funciones propias de su gestión. Una vez que en el mes de septiembre de 2020 se flexibiliza el confinamiento acudo de manera presencial a las oficinas encontrándome con toda suerte de obstáculos para lograr las entrevistas, finalmente, el Ministerio de Cultura, el Viceministerio de Turismo y la Dirección de Turismo del Departamento del Tolima no concedieron las entrevistas.

Por otro lado, la dirección de turismo del municipio de Honda, los operadores turísticos, los empresarios y los habitantes se mostraron muy receptivos respecto a su participación únicamente realizando las preguntas naturales cuando se solicita este tipo de información: ¿De dónde viene? ¿Para qué es la información?

Los informantes a los cuales se les realizaron las entrevistas fueron clasificados en cinco tipologías así:

**Tabla 1**

Tipología de los informantes

Tipo de informante	Actividad
1	Directora de Cultura y Turismo del municipio de Honda
2	Académico e historiador del municipio de Honda
3	Operador turístico del municipio
	Operador turístico del municipio
	Empresario del sector hotelero
4	Empresaria del sector hotelero
	Empresario Hotelero y comerciante
	Habitante del municipio
5	Habitante del municipio
	Habitante del municipio

*Nota:* se definen cinco tipologías de informantes: 1: organismos gubernamentales, 2: académico e historiador del municipio, 3: operadores turísticos, 4: empresarios turísticos y 5: habitantes del municipio.

## 6.2 Primera estadía etnográfica

La primera salida de campo se realizó en el mes de enero del 2021 con una duración de una semana. Así entonces, el objetivo inicial de esta primera salida de campo fue tener la mirada oficial, tanto de la administración local, como la de los empresarios respecto a la gestión del turismo en el municipio. Para ese propósito, las entrevistas habían sido acordadas con días de anterioridad,

definiendo fecha, hora y lugar para su realización. En este caso, la primera entrevista la realicé el martes 12 de enero del 2021, la hora para el encuentro fue pactada a las 2:00 pm en la oficina de Cultura y Turismo, la cual se encuentra ubicada en el centro histórico del municipio.

La directora de Cultura y Turismo del municipio obtiene su cargo por asignación directa del alcalde municipal, quien de manera autónoma conforma su equipo de trabajo para la gestión administrativa por un periodo de tres años. En ese sentido, es importante mencionar que la directora de turno no tiene formación en turismo ni en cultura, pues usualmente esos cargos son para pagar cuotas políticas de campaña y casi nunca llegan a posesionarse profesionales con el perfil más idóneo para la gestión respectiva. Aun así, es la máxima autoridad encargada en temas de gestión del turismo y del patrimonio cultural del municipio y está rodeada por un equipo de asesores que la acompañan en el desarrollo de las iniciativas que hagan parte del plan de gobierno.

Es seleccionada para la entrevista en tanto que es la voz oficial de la gobernanza municipal y el puente entre el sector empresarial, los prestadores de servicios turísticos y la comunidad. De la misma manera, es la encargada de ejecutar la política pública en el orden nacional, departamental y municipal garantizando el cumplimiento de los objetivos de gobierno respecto al turismo y el patrimonio cultural. Para poder acceder a la entrevista debí realizar una carta de solicitud formal dirigida a su oficina explicando el propósito de la entrevista y la disposición final de la información que se me entregaría. Es de mencionar que fue un poco complicado acceder a la directora y se logra después de mucha insistencia.

Una vez reunido con la directora de Cultura y Turismo se percibió un ambiente de calidez y amabilidad, advirtiéndome que mi tarea como investigador no estuvo limitada únicamente a la realización de una entrevista registrando un discurso verbal, también estaba allí como observador buscando entender el contexto y muy atento al lenguaje no verbal de la informante y sus colaboradores. De esa manera, pude percibir que tres personas presentes en la oficina y que trabajan



allí, estaban al tanto de quién era yo y del porqué de mi presencia. La entrevista se realizó a puerta cerrada en su oficina y previo a ese momento, me solicitó que la grabación se realizaré únicamente en audio y que necesitaba ver por última vez el cuestionario que le realizaría. Una vez vio el cuestionario descartó dos preguntas que consideraba incómodas, por lo cual, le pregunté ¿por qué?, pero evadió las respuestas; acto seguido, me dijo que antes de iniciar la grabación, debía decirme que ella sabía que yo le iba a contra preguntar, en el sentido de que era una entrevista semiestructurada y ella entendía la dinámica y mi necesidad de obtener información. Me dijo también que hay información y opiniones que la pueden perjudicar y que, si contra preguntaba algo que no podía responder, me haría señas para continuar con la siguiente pregunta.

La entrevista se realizó en los términos acordados, aun así, traté de hacer preguntas capciosas, pero fueron descartadas inmediatamente; finalmente, al culminar la entrevista, la directora de Cultura y Turismo me reiteró que hiciera uso responsable de la información y que no traspasara el espacio de lo académico. Aclaro que la recomendación no se hizo en un lenguaje beligerante sino en el marco de la cordialidad. Esta entrevista, ante todo, permitió conocer la opinión oficial a nivel municipal sobre cómo se ha gestionado el turismo, cuáles son los intereses, alianzas, e influencias que han contribuido a los procesos de patrimonialización del municipio.

El jueves 14 de enero de 2021 se realizó la primera entrevista programada al primer empresario hotelero, la cual tuvo lugar en su oficina a las 8:00 am. Se seleccionó a este empresario para la entrevista ya que está vinculado a los negocios del turismo desde hace más de 35 años, cuenta que asumió como relevo generacional la actividad productiva que iniciaron sus padres en la década de los años 50. Es propietario de tres hoteles y un restaurante bar en el municipio de Honda y con inversiones similares en otros municipios cercanos. Este empresario emplea a 12 personas de manera permanente y los fines de semana hasta 25 personas. Estos establecimientos de alojamiento son clase turista que ofrecen estancias económicas para personas que se hospedan entre

una o máximo dos noches. Los establecimientos se encuentran en la parte alta del casco histórico en lo que anteriormente fueran casas de estilo republicano que fueron adaptadas como establecimientos de alojamiento.

Este es uno de los empresarios del sector turístico más reconocidos en el municipio, fue directivo de la Cámara de Comercio de Honda y es un vocero del sector empresarial turístico a nivel departamental y regional. Ha participado en toda la iniciativa de consolidación turística del municipio de Honda desde hace más de dos décadas. Con este informante en particular fue bastante difícil el contacto pues se mostró muy prevenido desde el comienzo y resistente a conceder la entrevista. Es de mencionar que logro llegar a esta persona por medio de contactos personales en la región, pues por temas de seguridad no es tan fácil llegar a ellos. Este informante en particular solicitó que enviara evidencia de que era un docente universitario en la ciudad de Bogotá; una vez sorteados esos pormenores accede a la realización de la entrevista bajo las condiciones que él determinó.

Una vez en el sitio de la entrevista, soy recibido por parte de un empleado que se quedará permanentemente conmigo desde que ingreso hasta que salgo de las instalaciones del hotel, posteriormente me entero de que hace parte de la seguridad privada del empresario. Después de que el empleado me anuncia, pasa cerca de media hora hasta cuando se presenta el informante, procede a excusarse por la demora y me cuenta que atendía problemas en uno de sus establecimientos. Se mostró muy amable y me invitó a conocer las instalaciones del hotel; en la medida que caminábamos me contaba la historia de la familia y como habían ingresado al negocio de la hotelería, posterior a eso, y ya en su oficina, de manera muy sutil soy sometido a un interrogatorio, con las preguntas que se mencionaron al comienzo de este apartado metodológico.

Me dice el informante que “el trabajo y los negocios deben iniciar con un buen café, bien cargado y animoso”, acto seguido, envía a su empleado y cuando llega con la jarra de café, no se

retira de la oficina, se quedará hasta finalizar la misma, me percató en el acto de que tiene instrucciones de no retirarse, quizás por motivos de seguridad. Muy amable me solicita el cuestionario que llevo impreso en una hoja y valida las preguntas sin objeción alguna haciendo un último pedido, de que la entrevista no se grabara en vídeo, solo en audio, a lo cual le informo, que esa era la intención inicial. Ya en la entrevista se muestra muy cálido y bastante locuaz, respondiendo a cada pregunta y argumentando sus respuestas. Me doy cuenta que en el hilo discursivo de la entrevista se preocupa por hacer énfasis en el compromiso que han asumido los empresarios locales por hacer del turismo la actividad más productiva y que genere empleo, de igual manera, hace hincapié en como los políticos de los últimos periodos han asumido un compromiso con los empresarios para que, de manera conjunta, se trabaje por el “turismo más adecuado” para el municipio y permanentemente hace alusión a un partido político específico, que según él, ha logrado la seguridad en el país propiciando al inversión económica. El partido que se menciona es el Centro Democrático que ha gobernado los últimos 6 periodos (18 años) un partido de derecha liderado por el Expresidente Álvaro Uribe Vélez.

Finaliza la entrevista según lo esperado y da instrucciones a su empleado para que nos sirva más café, me dice que si quiero hospedarme en sus hoteles me dará un 20% de descuento y que cuando tenga el trabajo finalizado pase al hotel y se lo muestre; no termina su café, se despide y sale de su oficina dejándome con el empleado para que acompañe mi salida. Esta entrevista en particular me permitió comprender el vínculo fuerte entre la política y los empresarios y como sus decisiones posiblemente son concertadas.

Ese mismo día a las 2:00 pm estaba agendada la entrevista con el segundo empresario en las instalaciones de una oficina de finca raíz, a una calle de la alcaldía municipal. El motivo central para seleccionarlo como informante es que es quizás el empresario con más reconocimiento en la

región quien tiene negocios tanto en el sector turístico como en el sector ganadero, agrícola y comercial. Ha pertenecido a la Cámara de Comercio, ha sido concejal del municipio y líder gremial.

En el sector turístico es dueño de la infraestructura hotelera más moderna y renovada con dos hoteles, un centro vacacional y un restaurante en el centro histórico. Estos establecimientos están destinados a un segmento masivo de población que encuentra en ellos una oferta de servicios a precios asequibles. Emplea a un importante número de personas y es un referente empresarial para el sector turístico regional. En conversación previa a la entrevista, me cuenta que es hijo de inmigrantes italianos que llegaron a comienzos del siglo XX a Colombia para establecerse en la ciudad de Honda por motivos comerciales particularmente en la producción y comercio de arroz, maíz y ajonjolí.

Una vez en el lugar pactado para la entrevista recibo la llamada del empresario informando que el lugar de reunión se cambia y que me espera en la dirección del establecimiento que me referencia. Como desconozco el sitio pregunto a los locales y en un lapso de 20 minutos en vehículo llego a un hotel campestre a las afueras del municipio, una vez en el sitio, me percató que está acompañado de escoltas, luego entiendo que el cambio repentino fue por motivos de seguridad. Es un hotel campestre con instalaciones lujosas, el personal de seguridad me lleva a una oficina en donde me encuentro con el empresario quien me da una calurosa bienvenida.

En relación con el contexto anterior, es preciso aclarar que el municipio de Honda ha sido territorio de conflicto con presencia de grupos insurgentes residuales de las antiguas FARC; hay presencia de grupos de autodefensas, bandas criminales y delincuencia común que están en tránsito por este corredor estratégico en donde se ubica el municipio de Honda, el cual comunica con diez departamentos. Todos los empresarios de la región sean grandes o pequeños en sus actividades comerciales, han sido extorsionados y deben pagar las “vacunas” para que se les deje operar, de ahí, los cuidados y recelos en términos de seguridad con alguien que se acerca a pedir información

de sus actividades productivas. Quizás la mayor dificultad a sortear en el trabajo de campo fue lograr que los empresarios accedieran a las entrevistas con un total desconocido, si no se hubiera logrado la intermediación de otros agentes hubiese sido imposible lograr las entrevistas.

Infiero por su aspecto que es una persona de más de 60 años y al hablar se nota pulcritud en su lenguaje; en su oficina hay fotografías enmarcadas de él en diversos lugares del mundo (la Torre Eiffel, el Coliseo Romano, la Puerta de Brandemburgo, la Sagrada Familia, La Muralla China, Angkor Watt, Machu Picchu, entre otros), al mirar las fotografías me dice que le gusta viajar y conocer mundo, que ese fue el motivo por el cual decidió invertir hace algunos años en ese sector, dice que conoce mucho del turismo y que es un negocio que deja buena rentabilidad. En la conversación me dice que es muy pertinente que las universidades con facultades de Hotelería y Turismo les pongan cuidado a municipios como Honda, pues hay mucho acompañamiento que pueden realizar, dice que hay muchas debilidades en servicio al cliente, en marketing y en bioseguridad, por mencionar algunas.

Se muestra muy interesado en mi tesis, solicita que le mencione cuáles son los objetivos y la hipótesis que estoy planteando, noto que sabe de metodología de la investigación, pues también pregunta por técnicas, instrumentos y procedimientos. Ante la sorpresa se adelanta y me informa que realizó dos maestrías, una en marketing y otra en Tecnologías, que de ahí su conocimiento. Se muestra perspicaz preguntando qué lectura pretendo del proceso de patrimonialización en Honda, en ese momento pide que iniciemos la entrevista y a diferencia del otro empresario y la directora de la oficina de turismo, no solicita el cuestionario para revisarlo, pide que la grabación sea únicamente en audio y acto seguido que le lea el consentimiento informado.

Durante el desarrollo de la entrevista se percibe que quiere destacar el papel preponderante del sector empresarial de Honda respecto a lo que se ha logrado en términos del desarrollo turístico, al igual que con el otro empresario, se vuelve a mencionar el tema de la seguridad lograda por el

partido político Centro Democrático y la “visión” de las últimas administraciones para fortalecer el sector empresarial, menciona que lo que es hoy el municipio de Honda “es gracias a los compromisos de los empresarios”; su lenguaje corporal muestra apasionamiento cuando se refiere a este tema y recalca la cantidad de empleos que han generado. Finaliza la entrevista respondiendo a la totalidad de preguntas sin objeción alguna.

Posteriormente me invita a conocer el hotel y mientras caminamos aprovecho para hacer más preguntas, soy consciente que en mi papel de etnógrafo debo valerme de cualquier medio para obtener la información y los datos más pertinentes. Así entonces, a partir de otras preguntas me entero de que su actividad política es muy fuerte y que colabora en campaña cuando se presentan los candidatos del partido político Centro Democrático, me informa que el actual alcalde ha hecho muy buen trabajo y que le interesa mucho el turismo, así mismo, indago sobre el rol del patrimonio en toda esta apuesta comercial y me dice que eso tiene que organizarse de manera selectiva porque hay un tipo de patrimonio que le interesa a la gente que tiene capacidad económica y de gasto, a ellos les interesa ciertos lugares, “no todo es de mostrar”, luego cambia la conversación y la orienta al paisaje y la infraestructura del hotel, un rato después le ingresa una llamada y se despide pues debe ausentarse.

El sábado 16 de enero de 2021 se realiza la tercera entrevista a la empresaria. Ella es seleccionada para realizar la entrevista puesto que es dueña de dos hoteles Boutique importantes en el municipio. Estos hoteles funcionan en el centro histórico en lo que otrora fueran casonas coloniales; su segmento de mercado son viajeros de ingresos medios y altos que buscan confort y buen servicio, estos hoteles son referentes de calidad y status empleando a personal local.

La empresaria también ha ocupado cargos directivos tanto en la Cámara de Comercio como en la alcaldía municipal. Tiene formación académica en el sector turístico y hotelero y también tiene injerencia en el sector cultural local. Trabajó para el Ministerio de Cultura como consultora

y en el municipio de Honda se ha destacado por su gestión cultural especialmente con jóvenes en el programa de Vigías del Patrimonio iniciativa gubernamental para acercar el patrimonio a los estudiantes de los colegios.

Desde el primer contacto se mostró muy colaboradora y presta a realizar la entrevista en la fecha acordada. De los tres empresarios entrevistados fue la única que no puso condiciones ni cuestionó las preguntas de la entrevista, siempre estuvo abierta a responder la totalidad de preguntas. La informante demostró un conocimiento amplio del sector turístico y cultural del municipio, pues como empresaria ha desempeñado diversos roles y ha estado vinculada estrechamente con la Cámara de Comercio y la Alcaldía Municipal.

Sin rodeos manifestó el vínculo cercano entre la gestión empresarial turística y la política, pues según ella, en un país como Colombia los dos factores deben estar engranados para poder funcionar siempre y cuando, se haga de manera transparente y que el fin último sea el beneficio de los habitantes del municipio. Dice ella que la política no es mala, lo malo son los politiqueros porque ellos si buscan el lucro personal a expensas de los recursos públicos.

La entrevista se realizó en el restaurante de uno de sus hoteles y en una actitud hospitalaria ofreció pasabocas y café antes de iniciar la entrevista, este espacio de conversación informal lo aproveché para realizar otras preguntas que no estaban contempladas en el cuestionario y que sabía me ayudarían a comprender el rol del sector empresarial en la gestión del turismo en el municipio. Esas preguntas y sus respectivas respuestas me permitieron comprender que, en definitiva, el turismo en el municipio es gestionado de manera vertical descendente por parte del sector empresarial turístico, con el concurso de la alcaldía municipal y los partidos políticos en función del lucro selectivo.

La totalidad de las preguntas fueron respondidas en un ambiente de cordialidad y finalizando me cuenta que años atrás había realizado un posgrado en economía y que lo que más

le gusto fue el trabajo de campo que en su momento tuvo que realizar, pues aplicó encuestas y entrevistas en empresas multinacionales, así que ella sabía que significaba para mi trabajo de investigación esa entrevista. Una vez me despido me hace la invitación a quedarme en alguno de sus hoteles con un descuento especial, si así lo quiero y que le gustaría mantener comunicación conmigo para mirar la posibilidad de vincular estudiantes de la universidad en la que laboro para que realicen sus prácticas en algunos de sus tres hoteles.

Es de mencionar que estas entrevistas pretendieron obtener una mirada en primera instancia, “oficial” desde la perspectiva de la administración municipal respecto a la gestión del turismo en el territorio y su papel como ente rector, y en segunda instancia, la versión del sector empresarial, pues son los beneficiados directos del desarrollo turístico logrado en la región. Así mismo, esta primera fase de campo permitió una inmersión en el territorio con el ánimo de observar en sí misma, la dinámica turística desde múltiples perspectivas, lo cual contribuyó con importante información y datos.

Esta primera inmersión en el territorio estaba cargada de tensiones frente a mi papel de investigador y la responsabilidad que tenía en la obtención de la información, de acuerdo con los contactos previos que se habían realizado para las entrevistas. Es importante mencionar que ya había estado en el municipio de Honda en calidad de turista, por lo cual, conocía algunos atractivos turísticos y calles que transité con la mirada de un turista; por su puesto, esta vez, estaba en calidad de investigador y empezaba a identificar varios elementos que en mi visita de viajero pasaron desapercibidos. Es importante mencionar que el conocimiento previo del territorio fue lo que indujo realizar mi tesis de doctorado producto de varias situaciones anómalas que pude identificar, al igual que escuchar la voz de inconformidad de actores implicados en el desarrollo turístico del municipio. Quizás el elemento determinante fue saber que existía un control respecto al uso y



beneficios de los bienes patrimoniales por parte de un selecto grupo de empresarios locales quienes monopolizan el turismo en el municipio.

Esta visita de campo suponía una inmersión preliminar para “conocer el territorio”, por un lado, el centro histórico que es el eje de análisis de esta tesis, pero también la periferia y sus dinámicas urbanas, pues consideré que esta ayudaría a tener una visión distinta de lo que sucede por fuera del espacio concebido para el turismo. La periferia del municipio es un tanto solitaria, casas sencillas de una sola planta y la mayoría de las casas de color gris, pues no están acondicionadas con fachadas. Puedo decir que son habitantes humildes que se emplean en el comercio municipal, actividades informales y como jornaleros en actividades agropecuarias en las áreas rurales.

Ese reconocimiento del territorio se registró por medio de fotografías, pues considero que, a partir de ellas, se pueden captar imágenes que registran situaciones particulares que posteriormente entregan información valiosa para enriquecer los análisis de los datos obtenidos en campo. Centré el registro fotográfico en las construcciones que consideraba tenían algún tipo de interés y de igual manera, en situaciones particulares de las actividades de los habitantes.

Identifiqué una zona céntrica muy comercial y una dinámica urbana muy activa, no obstante, al internarme en el casco histórico, la presencia de habitantes disminuye notablemente. En este lugar se identifican los turistas tomando fotografías, algunos en grupos guiados y otros solitarios. En el centro histórico se encuentran todas las oficinas administrativas de la municipalidad, por lo que también se identifican los empleados que caminan portando su carné. Mi visita como turista ocurrió cinco años atrás y recuerdo que las fachadas en ese entonces estaban muy descuidadas, al igual que las calles empedradas. En esta oportunidad veo un centro histórico revitalizado, las fachadas de las casas en su mayoría se encuentran muy bien pintadas y se identifican otros predios en proceso de restauración. Las calles empedradas evidencian

mantenimiento reciente. Destaco la señalización turística que solo se encuentra en la zona histórica, los parques y alamedas limpios, sillas pintadas, recipientes para las basuras y los jardines y arboles cuidados.

Pude observar los lugares turísticos, su estado de conservación, la dinámica comercial formal e informal, los grupos de turistas, sus comportamientos, su heterogeneidad, caminé por donde caminan los turistas y discretamente escuchaba sus apreciaciones. Dialogué con los locales y escuché sus opiniones y angustias, consumí alimentos en las calles, compré artesanías y sobre todo conversé. Me hospedé por siete días en cinco establecimientos de alojamiento distintos, hablé con empleados y administradores, percibí y experimenté el servicio; asistí a las actividades nocturnas, bebí en los bares y comí en los restaurantes; observé, pregunté, fotografié y conversé

Destaco el hecho particular que en muchas situaciones me presenté como un investigador interesado en obtener información de ciertas situaciones, pues desde mi actuar, sería evidente que no estaba acercándome como turista, dada la insistencia en la búsqueda de información con los habitantes. En ciertos momentos que tomaba fotografías a lugares y dinámicas de la periferia del territorio o en lugares distintos de los que visitan los turistas, veía como algunas personas comentaban y seguramente se cuestionaban sobre el propósito de eso, pues no eran comportamientos usuales de los turistas. En algunos momentos muchas personas se mostraron resistente a entregarme información o al menos sus respuestas eran muy limitadas. Una vez que decido presentarme como investigador destaco el hecho de que sentí un trato amable y en la mayoría de los casos, las personas estuvieron prestas a entregar la información solicitada, dejando de manifiesto que las dificultades de información las encontré con los organismos oficiales del municipio, incluso aún más, cuando se enteraban de mi rol como investigador académico.

Todo el ejercicio de observación estuvo acompañado del registro fotográfico, sobre todo, en los momentos y escenarios que consideraba clave, posteriormente en el procesamiento de los

datos entendería la valía de las fotografías y como a partir de ellas, se pudieron hacer interpretaciones que en su momento no se percibieron. En suma, esta primera salida de campo de cualquier forma motivo mi ejercicio investigativo, me permitió un acercamiento a la realidad, la cual había empezado a construir a partir de intuiciones, supuestos y teorías, pero que ahora, se veían aterrizadas frente a la realidad del territorio, finalizaba esta primera inmersión, pero ya empezaba a planear la segunda visita.

### **6.3 Segunda estadía etnográfica**

La primera estadía de trabajo de campo me entregó una experiencia importante la cual contribuyó en primera instancia, con el conocimiento del territorio, a partir del cual, me moví e identifiqué los lugares de interés para la búsqueda de la información y en segunda instancia, comprender que el objeto de estudio de la etnografía son las relaciones sociales y para el caso de mi trabajo, las que se gestan a partir del turismo en el municipio de Honda. Si la pretensión era que la etnografía definiera el horizonte metodológico, entonces debía incluirme en el contexto, por lo tanto, a partir de este momento debía situarme para entender el proceso que trataba de analizar.

Mi propósito en esta segunda salida era acercarme a las percepciones respecto al turismo y el proceso de patrimonialización del municipio de Honda, para lo cual, utilizaría dos vías para llegar a esa información: Primera vía, los operadores turísticos (agencias de viajes y turismo) y la segunda vía, un académico e historiador del municipio. La segunda salida de campo se realizó del 24 al 31 de marzo de 2021, la semana anterior al viaje se habían concertado las fechas y horarios para realizar las entrevistas, particularmente con el historiador y dos operadores turísticos.

La primera entrevista se agendó el jueves 25 de marzo a las 10:00 am, el lugar del encuentro fue el Hotel Casa Belle Epoque, allí entrevistaría al primer operador turístico, quien en ese momento estaba administrando el hotel en el que se daría la reunión y de igual manera, es importante mencionar que es guía profesional de turismo y coordina la Asociación de Guías turísticos del municipio, es oriundo de un municipio vecino y la mayor parte de su vida a transcurrido en el municipio de Honda, se ha desempeñado profesionalmente como operador de una agencia de viajes en actividades de guianza por más de 18 años y cuenta con el reconocimiento por parte del sector turístico del municipio; criterios que fueron tenidos en cuenta para ser seleccionado como informante. Es quizás el profesional del sector turístico mejor informado de la región, conoce el sector empresarial, ha representado a los operadores y prestadores de servicios turísticos en diversas organizaciones. También se ha desempeñado como líder social y cultural en iniciativas locales lo que también le ha significado el reconocimiento de la población local.

En el contacto inicial cuando solicité su colaboración se mostró muy amable y presto a colaborar en la entrevista, pidiendo en su momento que le remitiera un resumen vía correo electrónico en el que le explicará el propósito de la entrevista; una vez enviada la información confirmó su disposición para la entrevista.

Ya en el sitio me recibió calurosamente invitándome a conocer las instalaciones del hotel; una casona con arquitectura republicana construida como hotel para pilotos de hidroaviones a comienzos del siglo XX (Ver figura 24). Me informa que por la pandemia están alquilando el hotel para pensión completa a familias pues el hotel tiene 8 habitaciones. Me percató que el hotel se encuentra en mantenimiento pues hay varios trabajadores realizando actividades de refacción y pintura en las paredes, al escucharlos hablar me doy cuenta que por su acento son de origen venezolano, por lo cual, le pregunto al informante de una manera muy sutil si tienen en cuenta la contratación de mano de obra local colombiana, a lo cual me responde que la contratación de los

venezolanos les sale muy económica, pues son muchos los que han llegado buscando empleo y cobran muy poco.

**Figura 25** Hotel Casa Belle Epoque.



*Nota.* Casona republicana declarada Patrimonio Cultural de la Nación actualmente funciona como hotel. Fuente: El autor.

Esta pregunta sin quererlo fue como un detonante, pues dio pie para que el informante empezara a hablar de una serie de situaciones que se estaban presentando y que claramente le generaban incomodidad en referencia a la migración venezolana. Sin abordar otros elementos mencionados, manifestó inconformidad sobre como los inmigrantes venezolanos se estaban

involucrando en el sector turístico desplazando a los colombianos que desarrollan funciones sobre todo operativas en la industria del municipio.

Me hace saber que como coordinador de la Asociación de Guías Turísticos del municipio de Honda manifestaba su descontento frente a como los empresarios del municipio están contratando mano de obra extranjera porque les sale más económica en relación con los empleados locales. En cuanto a los guías turísticos también se han visto afectados, puesto que muchos de ellos están ofreciendo el servicio a los turistas y en la mayoría de los casos pidiendo únicamente una propina o un pago voluntario, lo que claramente afecta el desarrollo de sus funciones profesionales. Menciona que los guías de la asociación operan en la legalidad con un Registro Nacional de Turismo y su Tarjeta Profesional en regla. Es evidente que la situación lo afecta, pues su lenguaje es peyorativo al referirse a los inmigrantes; en el desarrollo de la entrevista lo hará saber en algunas de sus respuestas.

La información suministrada por este informante se constituía como un insumo determinante pues era la voz oficial y reconocida de los operadores turísticos en el municipio de Honda, y era él quien, por su experiencia cercana, me podía entregar información valiosa respecto a la patrimonialización que se ha gestado allí y los vínculos de los poderes locales en ese proceso. En vista de ese antecedente, los momentos previos a la entrevista y la calidez de su recibimiento propiciaron el escenario para realizar preguntas informales que no estaban incluidas en el cuestionario, pero que consideraba determinantes a la hora de comprender la manera en la que ciertos actores tanto políticos como económicos han sido determinantes en ese proceso.

El punto de discusión central en la entrevista fue el turismo y el patrimonio cultural, allí de manera enfática y reiterativa el informante manifiesta que los procesos de turistificación y patrimonialización en el municipio de Honda, no han sido procesos concertados, todo lo contrario, son iniciativas impuestas desde los poderes locales, (políticos y económicos).

Es evidente que el informante se deba cuenta de mi interés en indagar por cuestiones de las que él sabía, pero que no podía contarme en la entrevista grabada, así que seguramente viendo mi insistencia me manifestó que me contaría ciertas situaciones antes de iniciar la entrevista formal. No perdiendo de vista mi papel de etnógrafo procedí a formular el mayor número de preguntas, las cuales yo consideraba que podían complementar la información del cuestionario oficial y finalmente, desde los operadores turísticos, saber cuál es su interpretación de los que consideraba, los agentes patrimonializadores del municipio de Honda.

Esta entrevista informal y espontánea me permitió considerar otros análisis que en su momento no había contemplado, pues si bien era preciso realizar una inmersión total en el campo como observador participante, diversas situaciones expresadas por el operador turístico, obligó a realizar un análisis más juicioso de la dinámica turística misma, colocando especial atención en las guías a las que el denominaba las oficiales, por los destinos y los relatos que se cuentan, las cuales son auspiciadas por de la mayoría de los operadores turísticos del municipio, la alcaldía y el sector empresarial y posteriormente, a la guías no oficiales, que también son realizadas por algunos operadores y guías y por supuesto, por los informales en calidad de inmigrantes.

La entrevista al segundo operador turístico se realizó el viernes 26 de marzo a las 3:30 pm. Por petición del informante, la entrevista se realizó en un restaurante ubicado en el puerto de Caracolí a orillas del Río Magdalena. Nos encontramos a la hora acordada y me recibe de manera cordial invitándome a una cerveza dada la alta temperatura del día. Aprovechando la bebida entablo una conversación para romper el hielo y conocerlo un poco mejor, le pregunto por el puerto, el río, los pescadores y luego la situación del turismo actualmente; me doy cuenta de que es bastante locuaz y buen conversador, lo cual permitió una buena y fluida entrevista. Como acto de cortesía pido dos cervezas más para iniciar la entrevista y le manifiesto que le leeré el consentimiento informado y las preguntas del cuestionario como paso previo para iniciar la grabación.

En medio de la conversación manifiesta que le explique el propósito de mi investigación y para qué la estoy realizando, se muestra bastante insistente en saber a dónde quiero llegar con la investigación y a qué otras instancias y personas e entrevistado. Sutilmente le indico que es mi primer entrevistado y que por ahora me interesa tener opiniones de operadores turísticos de la región, acerca de cómo el turismo ha influido en la patrimonialización del municipio de Honda. Se muestra de acuerdo en el propósito y manifiesta que me ayudará con la información que él tenga para así contribuir con mi trabajo.

El operador entrevistado es propietario de una agencia de viajes que ha operado en el municipio de Honda durante 14 años, se especializan en la venta de tiquetes aéreos a destinos nacionales e internacionales, opera paquetes turísticos regionales y por supuesto, oferta las actividades turísticas de Honda, en coordinación con otros operadores y prestadores de servicios turísticos. A nivel departamental ha sido miembro de la Asociación Nacional de Agencias de Viajes, ha pertenecido a la Cámara de Comercio y es conocedor de las dinámicas turísticas y culturales del municipio de Honda en las dos últimas décadas. Es un operador turístico reconocido en el municipio motivo por el cual, fue seleccionado como informante.

Durante la entrevista se evidenció que es un convencido de que el turismo es un motor de desarrollo regional cuando es bien gestionado y que el potencial turístico que tiene el municipio de Honda todavía no se ha aprovechado al máximo. Así mismo, en la entrevista se pudo observar que existen fricciones y desacuerdos con empresarios del sector hotelero y gastronómico respecto al manejo que se le está dando al turismo y de igual manera, con la gestión de la dirección de turismo del municipio.

En sus respuestas da a entender que paulatinamente están siendo apartados del negocio en su función de intermediarios y sienten que hay resistencia por parte de los empresarios, a la hora de acordar tarifas comisionables, manifiesta que es evidente que el negocio del turismo se lo



quieren quedar los empresarios y que el turista negocie directamente con ellos, a tal punto, que algunos establecimientos hoteleros y gastronómicos están ofreciendo la intermediación con otros servicios necesarios para el turista, por lo cual, alega que se está creando un monopolio de unos pocos.

Así mismo, manifiesta que el interés es que el turismo sea concentrado únicamente en el centro histórico del municipio, a partir de rutas diseñadas específicamente para este propósito y que los turistas consuman los productos y servicios concentrados allí, de igual manera, informa que estos mismos empresarios han empezado a diseñar productos y paquetes turísticos complementarios en atractivos rurales de propiedad de ellos mismos. Manifiesta que no es ilegal porque en Colombia hay libertad de empresa, pero que lo malo, es que se oriente toda la estrategia de marketing y comercio a ellos y los pequeños emprendedores no tengan posibilidades, por lo cual, considera que es una práctica poco ética. Finalmente, para el informante, los bienes y manifestaciones culturales del municipio de Honda son un activo más para los empresarios quienes los explotan y se quedan con todos los recursos económicos y que no ven que los beneficios sean redistribuidos equitativamente.

Esta entrevista en particular permitió identificar una lectura crítica por parte de este operador respecto a la forma en la cual se está desarrollando el turismo en el municipio, pues al finalizar la entrevista y una vez se detuvo la grabación continuó manifestando las inconformidades que consideraba no era pertinente que quedaran grabadas. Es de destacar que pese a las críticas manifestadas las cuales son contundentes, insiste en la necesidad de seguir fortaleciendo el turismo en el municipio, para que particularmente se integren los jóvenes, pues considera que se pueden generar alternativas económicas atractivas para ellos.

El sábado 27 de marzo a las 5:00 pm estaba acordada la entrevista con el académico e historiador, el cual se seleccionó por ser oriundo del municipio y por desempeñarse como docente

en las áreas de las Ciencias Sociales y los Estudios Culturales. Desde la Universidad del Tolima ha estado vinculado al programa de Administración Turística y Hotelera por más de 25 años y cuenta con un conocimiento amplio del desarrollo turístico del municipio de Honda. Ha participado en la formulación de iniciativas de planificación turística en el municipio, es consultor en temas relacionados con el patrimonio cultural y el turismo y es propietario de la agencia de Viajes a Viajar Tolima la cual es muy reconocida en la región.

La entrevista inicialmente se realizaría de manera presencial en el Centro Cultural del municipio, pero a última hora debió viajar a la ciudad de Ibagué, por lo cual, la entrevista se realizó de manera virtual a partir de la plataforma Meet. En la hora acordada nos conectamos y tras el saludo me doy cuenta de que es una persona muy locuaz e interesada en abordar los temas propuestos en la entrevista. Me pregunta cuál es el objetivo de la investigación y la hipótesis central que estoy abordando, una vez los conoce destaca la importancia de mi trabajo respecto al abordaje de situaciones turístico-culturales que pocos investigan y mucho más desde una perspectiva crítica, me dice que hay académicos que han investigado en el municipio pero que son investigaciones que reafirman los beneficios del turismo y el patrimonio buscando la complacencia de las instancias implicadas y seguramente de sus instituciones.

En el desarrollo de la entrevista me doy cuenta que es un detractor del modelo de desarrollo turístico que actualmente se lleva a cabo en el municipio, de manera reiterativa me informa que la planificación del turismo desde hace varios años, ha estado viciada, pues solo ha contemplado los intereses de unos pocos y sobre todo, la planificación del turismo ha sido excluyente, porque no ha tenido en cuenta grupos poblacionales muy importantes que hacen presencia y son determinantes, pues son los que han construido la historia y el patrimonio del municipio de Honda. Para el informante, ese turismo solo resalta la monumentalidad de las construcciones asociadas al pasado

colonial, a partir del cual, se han tejido relatos románticos y fantasiosos alejados de toda realidad histórica.

Es un relato que pretende representar lo material y simbólico asociado a las élites que por varias generaciones se han asentado allí, a expensas de la exclusión de sujetos y prácticas sociales y culturales no deseadas, entiéndase campesinos, indígenas, afrodescendientes y recientemente inmigrantes.

La entrevista permite ver que hay mucho apasionamiento por parte del informante y, sobre todo, se percibe frustración sobre cómo se ha desarrollado el turismo en su municipio. La entrevista finaliza más de tres horas después de haber iniciado, claramente se tomó su tiempo para argumentar cada una de las respuestas. Una vez concluyó la entrevista y la sesión se dejó de grabar, entrego otros puntos de vista más contundentes y críticos sobre los intereses económicos y políticos que hay detrás de la gestión del turismo en el municipio. Me invitó a poner especial atención en el análisis del turismo cultural desde lo “popular” (ver figura 25) para que evidenciará las otras posibilidades que se están invisibilizando de manera planificada y sistemática, por unas élites políticas y económicas a lo que denomina las “élites turísticas” del municipio de Honda.

**Figura 26** Actividades de pesca tradicional.



*Nota.* Atarraya utilizada para las faenas de pesca en el río Magdalena. Fuente: El autor.

Esta entrevista en particular resultó muy útil teniendo en cuenta que es una perspectiva situada desde los márgenes, y ajena a los intereses económicos del turismo en este territorio. Desde otra perspectiva resultó muy útil por el conocimiento de los lugares y personas que no son integradas en esa apuesta turística del municipio de Honda.

#### **6.4 Tercera estadía etnográfica**

La tercera salida de campo la realicé entre el 19 y el 26 de septiembre de 2021, esta inmersión en el territorio tenía como propósito caminar y conocer todos los rincones del municipio, en especial los que se encuentran por fuera del centro histórico y de los lugares de interés de los

que se informa a los turistas. Esta actividad implicó varias horas de caminatas en lo que denominó “probando el territorio” pues buscaba acercarme teniendo en cuenta sus colores, formas, olores, sabores, etc. Realicé registros fotográficos, pregunté y conversé con los habitantes, fue un ejercicio que hice desde el día que llegué hasta el día que me fui. Resultó muy productivo, pues me permitió ver otros lugares y conocer otras personas que no están relacionadas con las prácticas turísticas, pero que también serían valiosas respecto a sus percepciones de una actividad en la que aparentemente no tenían relación alguna, más allá de informar a turistas despistados y perdidos cuando necesitan ubicarse.

La dinámica de inmersión y observación del territorio implicó caminar por sus calles, plazas y consumir en sus restaurantes y bares, propició el encuentro casual y no planificado con personas con las que puede establecer conversaciones informales, y que a su vez me permitieran saber cuáles eran sus percepciones respecto al turismo. Tenía muy claro que también era valiosa la información de los habitantes que no estuvieran relacionados directa e indirectamente con el turismo, pues ellos podrían tener una lectura “neutral” de los fenómenos a estudiar: la turistificación y la patrimonialización; algunas de estas personas posteriormente fueron entrevistadas de manera formal, pues las conversaciones preliminares e informales dejaban ver un conocimiento del fenómeno y de su territorio haciendo de esto los criterios de selección.

Destaco la cordialidad de los habitantes y su disponibilidad para responder a preguntas formuladas por un extraño, en ningún momento me sentí rechazado o atendido en malos términos, pues también procuraba presentarme como un profesor investigador interesado en analizar el turismo en el territorio, de esa manera, consideré que generaría más confianza en los habitantes respecto a las preguntas que estaba realizando.

En los encuentros informales pude percibir que los habitantes que no tienen relación directa con el turismo son indiferentes frente a la dinámica propia de la actividad y frente a los turistas, no

tienen mucha información respecto a lo que sucede y de igual manera, parece no importarles; aclarando que si ven el turismo como una fuente de empleo local particularmente en temporadas como la de navidad y fin de año. Pude identificar que en la mayoría de ellos no hay una conciencia, o no otorgan un valor simbólico a los elementos patrimoniales de su municipio, pues se refieren al centro histórico como “las casas viejas” o la “parte antigua” y al preguntar por el significado cultural, no hay mucha claridad o argumentación en sus respuestas. Estas circunstancias en el terreno me hicieron pensar sobre la necesidad de seleccionar algunos informantes que contaran con formación académica superior para tener respuestas mucho más argumentadas.

Finalmente seleccioné tres habitantes con los cuales había tenido conversaciones previas teniendo como criterios de selección que fueran habitantes del municipio, en tres rangos de edad distintos, formación académica superior, dos mujeres y un hombre. La primera entrevista se realizó a una mujer de 27 años de profesión Administradora de Empresas que labora para una empresa de transporte, la segunda entrevista a una mujer de 43 años profesional en Mercadeo y la tercera entrevista a un hombre de 63 años pensionado y de profesión Psicólogo.

Se leyó el consentimiento informado y el cuestionario a todos los entrevistados, hubo disposición permanente y mucha receptividad frente al ejercicio académico. Mi intención era tener de ellos una lectura general sobre los procesos de patrimonialización y turístificación y, sobre todo, sus percepciones respecto a la dinámica turística en el municipio y como esto ha influido en la producción patrimonial del territorio.

Los informantes muestran que el turismo si genera ingresos y dinamiza la economía local, pero paradójicamente, no ven beneficios tangibles en los habitantes, más allá de conseguir empleos paupérrimos por temporadas; de igual manera, tienen la percepción de que el turismo beneficia a unos pocos, sobre todo, empresarios dueños de establecimientos. Para ellos el turismo, sus gestión y planificación no es un proceso participativo ni concertado, pues como habitantes del municipio

por muchos años, no son conocedores de esos procesos, pues no son públicos, lo que, según ellos, le resta transparencia a la gestión del turismo en Honda. También consideran que el turismo desde la gestión de la administración municipal está centrado únicamente en el centro histórico del municipio, sin tener en cuenta otros lugares y atractivos de interés, consideran que hay intereses asociados con los dueños de las casas del centro histórico. Se percibe una suerte de decepción respecto a un turismo democrático y participativo, consideran que no es un turismo de todos y para todos.

Esta tercera salida de campo me permitió integrarme mucho más en las dinámicas cotidianas, realizar registros fotográficos y apreciar las dinámicas comerciales asociadas al turismo. El deambular por las calles del municipio de Honda permitió encuentros casuales y no planificados con personas que contribuyeron de manera significativa, a partir de la información obtenida, en charlas informales que se suscitaron en espacios diversos. Esa búsqueda de información por una vía más informal no tuvo como propósito encontrar informantes que corroboraran mis hipótesis planteadas, todo lo contrario, traté de que la búsqueda de información no estuviera sesgada desde mi subjetividad, lo cual implicó un reto significativo, ya que traté de estar vigilante frente a las preguntas que hacía para no inducir respuestas esperadas.

Teniendo en cuenta que la observación también se constituyó en una estrategia importante en la producción de datos, me propuse contemplar los movimientos de los turistas, sus desplazamientos y los lugares que frecuentan (Ver figura 26). Esto permitió un análisis más cercano de las representaciones y las imágenes que se hacen los turistas una vez que están en el destino y particularmente, como la fotografía para ellos también es el medio para confirmar sus referentes de viaje, a partir de los cuales, logran la apropiación cultural y la construcción de los imaginarios turísticos. Conocer los movimientos de los turistas enriqueció la información que había obtenido por medio de las entrevistas, lo cual también ayudó a contrastar información, pues los turistas

también tienen un papel preponderante, pues son los agentes que consumen el destino en relación con la oferta construida por los agentes turísticos.

**Figura 27** Turistas disfrutando del Río Magdalena.



*Nota.* Turistas recreándose a las orillas del río Magdalena. Fuente: El autor.

La observación participante fue una técnica fundamental para adentrarme de lleno al estudio etnográfico y entablar un diálogo con los habitantes, a partir del cual, pude tener una lectura real del territorio. Pude entender las relaciones de poder asimétricas en el proceso de patrimonialización y turistificación de Honda y los valores que le confieren sus habitantes desde la realidad consciente y desde sus representaciones simbólicas.



## **Capítulo VII. Resultados: análisis de la información**

### **7 Sistematización y análisis de los resultados a partir de las entrevistas**

Realizado el trabajo de campo se logró un cúmulo de información bastante amplio, tanto de la información obtenida a partir de las entrevistas como de la información lograda en la observación participante en el área de estudio. Esto logró materializar ricos y sugerentes datos, lo cual implicó darle sentido, para poder analizarlos e interpretarlos con el ánimo de extraer conclusiones que ayudaran a la construcción del capítulo de reflexión de la tesis. En ese sentido, el proceso de sistematización se realizó con el Software Atlas.ti, el cual es ampliamente utilizado para el tratamiento de datos cualitativos, pues permite ordenarlos y procesarlos de acuerdo con los requerimientos del investigador.

En principio, se realizó la transcripción de las entrevistas para posteriormente extraer la información relevante en matrices de análisis, las cuales en formato PDF fueron llevadas al software para extraer los códigos (unidades centrales de significado) de acuerdo con los criterios y necesidades de análisis, en relación con las preguntas de la entrevista y los objetivos de la investigación. Esto de cualquier manera, representó un sustento en la fiabilidad, objetividad y validez de esta investigación. Se buscaron elementos en común, los cuales pudieran ser codificados manteniendo una relación lógica en su categorización entendiendo que es un proceso descriptivo en esencia, para luego llevarlo a un plano teórico desde su interpretación. Es de mencionar que, en este caso, el proceso de sistematización se realizó desde una lógica inductiva identificando y extrayendo, a partir de códigos, los elementos centrales y relevantes para su posterior interpretación.

Una vez sorteado el proceso anterior, se procedió a sintetizar toda la información a partir de la elaboración de gráficas, a manera de redes semánticas, para obtener una estructura general de los datos. Ante todo, de forma permanente, se pretendió hacer uso de las reglas de codificación de manera ética para no inducir o alterar los datos. Estas redes semánticas permitieron establecer las relaciones entre los códigos definidos con las categorías emergentes, lo cual facilitó identificar patrones que ayudaron a establecer generalizaciones en el proceso de análisis e interpretación.

Estos códigos o núcleos de sentido constituyen las ideas más fuertes que surgieron en las entrevistas, las cuales estuvieron orientadas a cinco grupos de interés: 1: organismos gubernamentales, 2: académico e historiador del municipio, 3: operadores turísticos, 4: empresarios turísticos y 5: habitantes del municipio. Estos códigos o núcleos de sentido posibilitaron la primera aproximación interpretativa, a las opiniones de los grupos de interés, para luego en un proceso de reflexión establecer relaciones y resignificar los núcleos de sentido que se presentan de manera gráfica.

Las redes gráficas generadas a partir de Atlas.ti, se constituyeron en un insumo fundamental para la construcción del capítulo VII que presenta la sistematización de la información, pues facilitó la identificación de aquellos datos destacables y recurrentes, que mediante un proceso hermenéutico permitió interpretar y ahondar en las estructuras conceptuales del objeto de estudio, así mismo, las redes gráficas permitieron tamizar y seleccionar aspectos estructurales de cada entrevista, para establecer nuevas categorías interpretativas que sin duda alguna aportaron al ejercicio analítico cualitativo del capítulo.

### **7.1 Análisis de las entrevistas realizadas a la directora de Cultura y Turismo y al académico e historiador del municipio de Honda**

Es evidente que existe un interés en posicionar el Municipio de Honda como destino turístico, puesto que ofrece ventajas económicas, sociales, culturales y de inversión, que pueden contribuir a mejorar la calidad de vida de sus habitantes, es un atractivo que involucra al sector público y privado, que genera dividendos para el Municipio, que ofrece alternativas de empleo, que brinda calidad y servicios a los turistas. Además, el Municipio se convierte en modelo para el resto de los municipios del departamento, ya que genera ingresos propios y beneficios para los pobladores, dinamizando la económica, y la inversión en el patrimonio tangible e intangible, único de Honda.

El sentido de pertenencia por un lugar hace que la población se identifique de mejor manera con su patrimonio tangible e intangible, y a su vez obtengan beneficios sociales, económicos, culturales, que los pobladores requieren. Es evidente que se pretende que la cadena de valor del turismo se fortalezca para mejorar la prestación de los servicios turísticos y a su vez generar un espectro de posibilidades de desarrollo, que unidos a la actividad cultural y patrimonial pueden mejorarse, y aprovecharse de manera adecuada, siempre salvaguardando y protegiendo al riqueza cultural a través del patrimonio. Aun así, es la versión institucional frente a los propósitos de desarrollo turístico que bien vale la pena contrastar con otras versiones distintas.

Para la gobernanza activar el patrimonio cultural es una tarea continua del sector empresarial de Honda, ya que son sus directos beneficiarios; el turismo se empezó a formar por empresarios locales, que poco a poco dinamizaron el turismo y transformaron a Honda en un lugar para pasar temporada alta y fines de semana. Se destaca la iniciativa de la Cámara de Comercio

de Honda respecto a la creación de la ruta: “Magdalena Travesía Mágica”, es una propuesta para reactivar el turismo y crear proyectos que den como resultado productos turísticos que aprovechen las riquezas culturales, de paisaje y servicios de alojamiento, comida y bebidas que ofrecen los prestadores de servicios turísticos como iniciativa para el desarrollo turístico. Lamentablemente, desde las percepciones del historiador y gestor cultural, el papel de la comunidad esta invisibilizado pues no tiene parte activa en el turismo del municipio.

Es interesante ver que en el discurso oficial de la administración municipal el turismo tiene como único propósito ser la plataforma para conseguir el desarrollo social y económico de los habitantes a partir de la generación de empleo y la integración productiva, pero también se puede ver que se evade la misma pregunta respecto a los intereses privados de los empresarios, ya que de plano no se les menciona a ellos como actores determinantes en el desarrollo turístico de los últimos años. Desde la percepción de los otros actores entrevistados, los empresarios y comerciantes realmente son los actores determinantes en el resurgir turístico del municipio, pero se puede percibir que no hay interés de la institucionalidad en que eso se sepa de manera abierta pues existen intereses de por medio.

Lo anterior coincide con lo que indica Suremain (2017) en tanto que todo proceso de activación patrimonial por medio del turismo suscita intereses de dos sectores importantes por un lado, los actores políticos con fuerte influencia en las instituciones administrativas incluso con poder de decisión que pretenden obtener o mantener rentabilidades políticas y por el otro lado, el sector empresarial, que desde luego no es neutral, porque tiene estrechos vínculos con los anteriores, en tanto que, uno de sus objetivos es la rentabilidad económica de sus inversiones pero con injerencia en lo político y lo administrativo.

Frente a la pregunta de si se han gestado alianzas desde diversos sectores para poner en valor y aprovechar ese patrimonio cultural del municipio, se encontró que las alianzas y el trabajo colaborativo entre los gremios económicos e institucionales es un ejercicio evidente en función del desarrollo turístico municipal; tal como lo menciona la directora de Cultura y Turismo, también es una vía valiosa para que desde el gobierno nacional se direccionen recursos económicos contemplados para desarrollo turístico territorial, recursos que son administrados por el Fondo Nacional del Turismo FONTUR y que pueden ser asignados a regiones que muestren empoderamiento y articulación intersectorial en el desarrollo de proyectos turísticos. Los recursos económicos necesariamente no tienen que ser invertidos en su totalidad por los empresarios, pues existen diversos mecanismos para la búsqueda de financiación; estas acciones claramente, deben contar con el concurso de la administración municipal quien es la que avala estas iniciativas.

Desde la perspectiva del historiados es claro que la Cámara de Comercio como gremio empresarial y comercial tiene un nivel de influencia importante tanto a nivel regional como nacional, para ellas el sector turístico genera aportes económicos importantes, por lo cual, es natural que se gesten alianzas, o que, en este caso, la alcaldía municipal de Honda busque el acompañamiento para el desarrollo turístico del municipio. Las alcaldías municipales por sí mismas, no cuentan con los recursos económicos suficientes para realizar las inversiones necesarias, siempre se necesitará del capital privado y este lo pone en uso, de acuerdo con sus posibilidades de retorno de inversión, lo particular es que los operadores turísticos y los habitantes en general casi nunca conocen los alcances de los acuerdos o alianzas que se realizan entre estas corporaciones, lo que da pie a muchas preguntas.

En esa misma perspectiva y más allá de las perspicacias, estos acuerdos bien organizados pueden ofrecer beneficios para los turistas, ya que posibilitan el intercambio cultural y sobre todo,

activa el patrimonio cultural de Honda, que genera desarrollo, financiación y promoción del destino turístico, es una oportunidad para la población, con la cual se estrecha ese vínculo de turismo, patrimonio y generación de conocimiento, que aporta a la ciencia, preservación y manejo de los recursos de manera sostenible. Para (Hiernaux y González, 2014) la patrimonialización turística funge como activador de la recuperación patrimonial, a partir de las políticas públicas que validan sus usos turísticos posibilitando el usufructo económico, que bien puede ser acumulativo para los inversionistas en el proceso, o sostenible, desde iniciativas de planificación consensuadas que redistribuyan sus ingresos y permitan la intervención y conservaciones de los bienes y manifestaciones culturales.

De esa manera, a partir de la información de la gobernanza y el historiador se puede establecer influencia por parte de los poderes políticos para desarrollar turísticamente el municipio a partir de su patrimonio, puesto que el poder político en Colombia permea todas las instancias productivas pues infieren directa o indirectamente en los territorios, allí se articulan a los poderes económicos para combinar fuerzas y construir una aparato de dominación que ha permanecido hegemónico por varias décadas. Es natural que desde la opinión de los institucional se desmienta y niegue cualquier tipo de vínculo e injerencia en la gestión del turismo y el patrimonio, aun desde la precepción generalizada en todo el municipio de que así sucede, pues estos son una oportunidad de negocio en la cual los réditos económicos pueden ser bastante importantes.

Los programas y proyectos que se desarrollen deben tener además de un cronograma propio, un presupuesto para su ejecución, en la mayoría de los casos, no están debidamente adjudicados y sostenidos mediante recursos financieros públicos y, de esta manera, las empresas y recursos privados si generan ese desarrollo turístico de incentivo al patrimonio cultural de Honda. No obstante, lo político necesariamente está vinculado a lo empresarial, pues sus intereses son los

mismos, en el caso del turismo, los aportes económicos son importantes y ciertos sectores buscan hacerse a su control.

Frente a la pregunta si ha influido el sector comercial-empresarial en la patrimonialización de Honda por medio del turismo, la gobernanza manifiesta que el activo más importante que tiene el turismo en el municipio de Honda son sus bienes y manifestaciones culturales ya que a partir de ellos desarrolla toda la estrategia de venta y movilización de turistas, por lo cual, el sector empresarial y comercial relacionado con el turismo, tiene intereses particulares en el uso de esos patrimonios. En ese sentido, la directora de turismo acepta que, si hay injerencia del sector empresarial en la intensión de uso de ese patrimonio, en principio, para los intereses de los empresarios que desde luego son intereses económicos minimizados como uso publicitario en el desarrollo de sus actividades productivas, pero que, de fondo, puede ser una estrategia organizada con objetivos definidos. Esto coincide con lo que menciona Ribeiro (2022) en tanto que el turismo en muchas ocasiones está subordinado a sectores políticos, empresariales y gubernamentales que por medio de las políticas culturales nacionales como la Ley 297 de 1997, Ley General de Cultura y a nivel internacional políticas de la UNESCO o ICOMOS buscan establecer el idearios de identidad cultural para que desde las prácticas turísticas se transformen en recursos con valor de cambio.

Para el historiador en Honda preservar el patrimonio histórico es necesario ya que la normatividad turística sobre conservación, preservación y restauración del patrimonio busca el rescate de la memoria colectiva de los pueblos y esa memoria es insumo del desarrollo turístico. Los empresarios privados, están obligados a mantener el patrimonio como salvaguarda de la cultura, y lo hacen porque además de lograr usufructo económico como parte del destino, también saben que es un compromiso con la institucionalidad que los vigila constantemente. Las normativas

y políticas regulatorias están fijadas en Colombia, sin embargo, buscar prestadores que se comprometan con el cuidado y preservación histórica del patrimonio es la base de la continuidad turística.

Respecto a la injerencia de la comunidad en los procesos de patrimonialización del municipio de Honda desde la voz oficial se considera que la comunidad no tiene un papel relevante en el desarrollo turístico, pues al parecer no se identifican iniciativas emprendedoras hacia la gestión o desarrollo turístico, lo que da a entender es que la gestión y el desarrollo turístico del municipio esta gestado en su totalidad por el sector institucional y el sector empresarial, por lo cual, es posible que los intereses de la comunidad no estén dentro de sus prioridades al manifestarse la escasa acción y participación de ellos. En los principios del turismo sostenible la comunidad es el actor más importante puesto que el turismo debe ser gestado por ellos y para el desarrollo de ellos traducido en una verdadera participación, generación de empleo y redistribución equitativa de los ingresos, es importante cuestionar qué tipo de turismo quiere el municipio de Honda y quiénes son sus beneficiados.

El sector empresarial y gremial es una importante fuerza determinante del desarrollo turístico de Honda, son un poder dominante que de manera articulada con la institucionalidad desarrollan un turismo a su medida. La comunidad es simplemente espectadora y permanece al margen, es posible que vean el turismo como algo ajeno que no les pertenece o simplemente la resignación de que solo compete a las élites a las cuales no pertenecen. Es pertinente pensar que la comunidad originaria, es quien conoce las raíces, los cambios, las nuevas construcciones, las remodelaciones del patrimonio, y sabe cuáles fuentes de patrimonio tangible e intangible tiene Honda, porque nació y creció en el municipio y por memoria colectiva, ancestral y tradicional



rescata y comenta a propios y extraños sobre los recursos que tienen y las necesidades para mantenerlo.

Frente a la pregunta respecto a si los procesos de patrimonialización en el municipio han sido incluyentes, participativos y públicos en sus discusiones y toma de decisiones, desde la voz institucional la administración municipal define los mecanismos para lograr una efectiva participación de todos los habitantes. Todos los locales deben conocer los proyectos de interés social que el Municipio está llevando a cabo. Las entidades gubernamentales tienen la función y responsabilidad de convocar a consultas de manera participativa, con voz y voto. El municipio de Honda cuenta con el programa de Vigías del Patrimonio el cual busca integrar a diversos sectores de la comunidad en el rescate, valoración y divulgación del patrimonio municipal, pero según la información entregada por la misma directora, la participación de los actores sociales es mínima, por lo cual, se tiene como estrategia desde las escuelas, en las cuales se integran a los estudiantes de los dos últimos grados de secundaria para fomentar espacio de intercambio y encuentro a favor del patrimonio local.

Lo anterior se puede articular con lo encontrado en el trabajo de Gutiérrez *et al.* (2022) en donde se evidenció que en el departamento de Santander la participación de la comunidad en el proceso de planificación y patrimonialización de su territorio el rol de la comunidad fue mínimo; desde su experiencia, la efectividad del uso y apropiación del patrimonio está estrechamente ligada a la participación de la comunidad local. La comunidad debe gozar de autonomía en la gestión y administración de su patrimonio mediante las políticas públicas para legitimar por esa vía cualquier desarrollo turístico que implique el uso de sus bienes culturales.

Desde la perspectiva del historiador los procesos de patrimonialización en el municipio han sido incluyentes, participativos y públicos, de tal manera que los empresarios están trabajando para mejorar su infraestructura y ofrecer servicios de calidad. La participación ciudadana que rescate la riqueza que ofrece Honda, que continuamente se la invite a talleres de aprendizaje, de socialización del estado de conservación del patrimonio, de las necesidades y requisitos para salvaguardarlo es muy importante mediante procesos transversales y equitativos ya que son y pertenecen a la población, los empresarios se usufrutuan de esas riquezas.

Respecto a quiénes son los mayores beneficiados de la patrimonialización a partir del turismo en el municipio de Honda, la respuesta permite establecer que, en efecto, los beneficiados con el desarrollo turístico del municipio son los empresarios, entendiendo que hay todo un esfuerzo privado con el concurso institucional para hacer del turismo una estrategia de generación de recursos económicos para un sector empresarial que instrumentaliza el patrimonio cultural local como un medio empresarial para sus fines particulares. Es importante tener en cuenta que las políticas públicas invitan a interactuar y a aunar esfuerzos entre privados y pobladores, para que ambos obtengan beneficios y de esta manera se fortalezca la cadena productiva propia de Honda. La población debe organizarse de tal manera que sienta que está siendo tenida en cuenta y que sus opiniones y proyectos son de interés para el municipio, que no solo sea extracción, explotación y apropiación de recursos sin beneficio para el territorio y sus pobladores.

Respecto a esto Morel (2011) refiere que el patrimonio debe ser diversificado como una acción determinante en la construcción de la identidad nacional de los pueblos, en tanto que, es una estrategia frente al desconocimiento y la desvalorización cultural imperante principalmente en Latinoamérica, que amenaza su herencia cultural dado su deterioro y pérdida progresiva. Así

entonces, la legitimación de la comunidad en la gestión del patrimonio es preponderante para lograr establecer los puentes de comunicación entre la cultura, sus habitantes y los turistas.

En ese sentido, los procesos de patrimonialización y turistificación en el municipio de Honda cuanta con los marcos normativos desde las políticas públicas para la gestión, protección y divulgación del patrimonio cultural; es evidente que es de conocimiento institucional y saben que su gestión debe ser coherente y guardar correspondencia con los lineamientos del Ministerio de Cultura de Colombia. El uso adecuado de las políticas públicas logra incentivar el turismo y hace de él un instrumento para la protección del patrimonio cultural, esta es la manera de hacer de Honda un destino más competitivo y que genere soluciones ambientales, de conservación y a su vez de cuidado e integralidad de todos los recursos, por eso su implementación es urgente en el Municipio.

Desde el manejo de ordenamiento territorial, las políticas públicas y el marco normativo, el turismo y el patrimonio están muy bien fijados para lograr su conservación, y presupuesto para mantenimiento, sin embargo, son muchas las disyuntivas por las que atraviesa el Municipio, una de ellas el desempleo, y si se encaminan de manera normativa y con enfoque social las políticas públicas, los resultados redundarían en los pobladores como beneficiarios y como encargados de proteger y mantener el patrimonio cultural junto a las buenas prácticas turísticas. Las políticas públicas deberían ser un instrumento para que, por medio del turismo, el patrimonio sea el instrumento que genere mejores condiciones económicas, sociales y culturales a la comunidad. En la investigación de Díaz (2010) titulado: Patrimonialización, construcción de identidades y formación del estado en Puesto Santander y San Martín, Meta encontró que el desarrollo turístico y cultural que se gestó desde el uso estricto de las políticas públicas, logro la vinculación e identificación de los habitantes en todas las iniciativas de desarrollo; todo esto desde el liderazgo

de la gobernanza y el sector empresarial, en la causa de la construcción de la identidad cultural del municipio, por lo cual, se asume como caso de éxito digno de replicar.

## **7.2 Entrevista realizada a los operadores y empresarios del sector turístico y hotelero del municipio de Honda**

Honda se ve beneficiada con la llegada de turistas por los servicios que requieren durante su estadía y los principales beneficiarios son todos los incluidos en la cadena de valor del turismo del municipio, particularmente, la planta turística: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, comercio formal e informal, que ofrecen variedad de servicios y de diferentes precios para atraer y vender sus productos. Es de mencionar que en menor medida también se benefician los habitantes, quienes acceden a ofertas laborales ocasionales casi siempre los fines de semana con salarios bajos, todos ellos contratados para actividades operativas. Paralelamente, el comercio informal también se ha fortalecido, sobre todo, con los inmigrantes venezolanos que buscan una manera de sobrevivir. Desde la percepción de los empresarios es un perjuicio mayor pues afecta su operación, pero, por otro lado, también los contratan como mano de obra operativa barata, es una doble moral.

El turismo claramente se ha ido mejorando e intensificándose con la practica en el municipio, el hospedaje y el número de habitaciones están en crecimiento, debido a la demanda por el clima y las características propias del municipio motivado principalmente por su arquitectura y paisajes. desde el punto de vista económico, es un atractivo social, puesto que la oferta y demanda están cambiando y por lo tanto, cada uno requiere servicios y mayor cantidad de bienes que los que requiere la población local y pasar de la pesca artesanal a ofrecer además turismo, es un hecho que

tiende a consolidar la economía. Las ventas de productos locales que ofrece el comercio formal e informal son necesarias para que se abastezcan y a su vez se generan otras propuestas económicas propias, que desde la economía son básicas y para el turismo es ofrecer bienes y servicios que hacen confortable la permanencia de más de un día en el municipio.

Para Ramón (2022) la planificación turística desde un enfoque sostenible permite una patrimonialización como alternativa de desarrollo a los modelos imperantes actuales, en los que se privilegian los intereses de ciertos sectores por encima de los intereses generales de la población. Los nuevos modelos de gestión patrimonial y turística apuestan a la generación de oportunidades para hacer de ellos un motor de desarrollo; es una nueva agenda cultural para impulsar las transformaciones que tanto necesitan los territorios.

La finca raíz ha tomado mucha fuerza debido al impacto en el aumento de construcciones y la compra de inmuebles por el clima y por el comercio que ofrece diversas alternativas para todas las necesidades y requerimientos, así, Honda se abre a las oportunidades turísticas como un referente y a tractor turístico, los operados tienen las herramientas para demostrar que Honda es un punto de interés sumamente lucrativo y en crecimiento.

Frente a un comercio formal e informal los empresarios tras el aumento de turistas demuestran que se organizan en asociaciones empresariales, alianzas comerciales, convenios empresariales para ofrecer mejores servicios y están cumpliendo en el Registro Nacional de Turismo que garantiza compromiso y cumplimiento de cada uno de los valores éticos que representan hacia el turista. La ventaja de cumplir con la normatividad es el buen nombre de la empresa respaldado por las entidades gubernamentales y de igual forma, la solides empresarial, que demuestran seguridad a la hora de atender y ofertar servicios a los turistas que los visitan. De igual manera, siempre se manifiesta el malestar por parte de los empresarios de que algunos

operadores funcionan en la ilegalidad y que no están formalizados ni ante la Cámara de Comercio e Honda ni poseen el Registro Nacional de Turismo, a eso también se le suma la inconformidad con los vendedores ambulantes que usualmente están en las cercanías de sus establecimientos.

El comercio formal, el pago de impuestos y la organización de los prestadores turísticos dentro de la ley, es un reto para algunos de ellos, dado que las actividades turísticas que generan ganancias son muy pocas y al final, prefieren prestar los servicios turísticos sin estar debidamente legalizados o formalizados. En una tarea difícil que las entidades gubernamentales tienen por hacer, para que los prestadores trabajen con calidad y realicen los aportes que también les da beneficios tributarios.

En términos de formalidad e informalidad comercial Honda, al igual que otros Municipios que ofrecen servicios turísticos presentan las problemáticas de Informalidad, ilegalidad, inmigrantes, inseguridad y delincuencia. Lo cual genera zozobra para el comercio organizado, y puede ser un factor negativo, para que aumente y se fidelicen los turistas. Sin embargo, los entes gubernamentales y el apoyo de la policía y vigilancia privada en la cadena turística, permite el buen desarrollo de la práctica turística. Siendo necesarias las campañas gubernamentales para mejorar el tema de espacio público, seguridad y empleo para todos en condiciones justas y amparadas por la ley. Seta siempre será una queja de los empresarios los cuales ven en las ventas informales una especie de amenaza sobre todo cuando de inmigrantes se trata.

Lo anterior coincide con la investigación realizada por Vélez (2015) titulada: De “patiamarillos” y “tierra fueras”: Encuentros, desencuentros y conflictos en tiempos de patrimonialización encontró que después de lograr su declaratoria de patrimonio cultural de Barichara se construyó un proyecto turístico cultural desde los poderes locales a partir de la

construcción de un imaginario de destino idílico o “Pueblo más lindo de Colombia” que junto con una estrategia de marketing agresiva logró movilizar flujos importantes de turistas fortaleciendo la economía doméstica, lo que paralelamente incentivo el crecimiento del comercio informal que generó conflicto con un sector comercial y empresarial organizado, el cual desde sus inicios fue considerado una amenaza social y de seguridad.

El comercio en Honda ha buscado organizarse, ampliarse y además formalizar para dar cumplimiento con la normativa estipulada en el territorio colombiano, la Ley 1988 de 2019 tiene por objeto “establecer los lineamientos generales para la formulación de la política pública de los vendedores informales, con el fin de garantizar los derechos a la dignidad humana, al mínimo vital, al trabajo y a la convivencia en el espacio público”. Las entidades gubernamentales ofrecen la asesoría para que todos los comerciantes se formalicen y beneficien de la ley; sin embargo, son muchas las dificultades que atraviesan a diario los vendedores informales, como el tope de ventas y la documentación junto a pago de impuestos y tributación anual, la cual hace difícil salir de este círculo de la informalidad que es un medio de subsistencia para las personas que lo practican. Otro de los puntos es la ilegalidad pues mucha mercancía no paga impuestos, ni tiene factura electrónica generada por el comercio formal, de esta manera el IVA, y las contribuciones comerciales no son tenidas en cuenta en el proceso oferta-demanda de precios que ofrecen al turista, y por eso los precios suelen ser más bajos frente a los del comercio organizado, generando inconvenientes y desorden que muchas veces la policía debe aplacar para que todo transcurra en normalidad y así, todos están amparados por la ley, y puedan subsistir frente al comercio un tanto inequitativo desde la formalidad a la informalidad.

También se analiza los inmigrantes, ya que, en la mayoría de los casos, no poseen los recursos para establecerse en el comercio legal y aumentan el desequilibrio del comercio

organizado, es una problemática lamentablemente creciente. El país y el municipio de Honda no cuentan con recursos económicos para mejorar las condiciones de comercio de propios y menos de extranjeros, por lo que se requiere inversión internacional y una política migratoria que acabe con estas problemáticas socioeconómicas. Por su parte Posso (2015) en su artículo titulado: Patrimonialización, especulación inmobiliaria y turismo: gentrificación en el barrio Getsemaní, plantea que el desarrollo turístico acarrea consigo la llegada de un fuerte comercio informal, puesto que el turismo es un agente transformador que modifica las dinámicas urbanas generando que aquellos que se encuentran en desventaja social encuentren una posibilidad de empleo, que riñe con el orden establecido e higienizado en los procesos de ordenamiento y planificación terminando en problemas de segregación urbana, en donde los inmigrantes se constituyen en el foco de tensiones respecto al orden establecido.

Respecto a la pregunta de si se considera que se ha desarrollado un comercio con el único propósito de atender la demanda de los turistas, desde la dirección de turismo se menciona que en el municipio se presenta segmentación de mercado, alianzas con la gobernanza y aumento en la oferta de servicios para atender la demanda de turistas, son muchos los servicios que han crecido para tal propósito, como comercios, transporte, hotelería, restaurantes entre otros, para que los huéspedes y visitantes obtengan todo lo que necesitan para disfrutar de su estadía en el municipio de Honda. Al crecer turísticamente, también crece el comercio como un medio asociado, porque se requieren de bienes y servicios desde la droguería hasta las ventas de licores y otras bebidas nacionales e importadas.

Es evidente que toda la cadena comercial del municipio de Honda se ha fortalecido, si bien existía un comercio consolidado que suministra bienes y servicios a los habitantes del municipio, es claro que para los empresarios el sector turístico ha implicado el fortalecimiento de un comercio



especializado para atender la demanda de los visitantes, esta es la oportunidad de negocio para aquellos que deciden invertir en la construcción de planta turística para ofertar bienes y servicios. Desde la percepción de los empresarios los beneficios son generales en toda la cadena comercial, no comprometiéndose en decir que se ha desarrollado un mercado fortalecido exclusivamente para los turistas, simplemente lo dejan en un plano general en términos de los beneficios económicos.

En términos de beneficios y utilidades del turismo cultural Santamarina (2017) menciona que el gran protagonista y directo beneficiado, es el sector privado quienes desde la lógica del consumo globalizado encuentran en el turismo y la cultura la oportunidad de generación de rentas, en algunos casos usando y sobreexplotando recursos culturales frágiles, por lo cual, generalmente se definen estrategias para que los turistas que visitan los destinos culturales, no se hagan cuestionamientos respecto a los impactos que se generan sobre los bienes culturales. Desde esa lógica, en la gestión del patrimonio por medio del turismo hay unos ganadores y otros perdedores.

Retomando la actividad principal del Municipio de Honda la pesca artesanal genuinamente es la que ha abasteció a los pobladores; con el paso de los años y las políticas turísticas la población ha tenido que organizar mejor sus servicios para que el Municipio sea turístico y se puedan beneficiar todos en conjunto, desde los comerciantes que ofertan servicios turísticos hasta las entidades gubernamentales. Cabe destacar, que no es un proceso fácil, por las inversiones que se requieren del sector privado y público, La inversión privada es fundamental en temas turísticos, y son las entidades gubernamentales quienes deben patrocinar y buscar alternativas para que aumente el número de turistas y a las vez, junto con el sector privado, se construyan nuevas alternativas de hospedajes y centros recreativos como plus del Municipio.

El activo más importante que tiene el municipio de Honda son sus bienes y manifestaciones culturales, los cuales son puestos en valor por medio del turismo, al ser el recurso más importante, todo el aparato empresarial junto con la alcaldía municipal ha movilizó recursos económicos en función de su revitalización. Se ha logrado consolidar un turismo orientado al disfrute de la cultura y esta es transformada en un objeto de consumo, la cual es objeto de transacción y mercantilización. El turismo cultural en Honda oculta intereses económicos de unos pocos que se benefician del patrimonio colectivo de los Hondanos.

Los intereses económicos de los organizadores privados buscan que se generen mayores ganancias por la oferta de espectáculos y servicios que actúan como engranaje para que el comercio y los establecimientos turísticos puedan ofrecer calidad a los turistas. Los prestadores de servicios turísticos aquí tienen doble función, una es mantener la oferta de servicios y la otra, lograr que cada año y durante las épocas de fiestas y celebraciones, el municipio pueda tener todas las condiciones necesarias de operatividad para los turistas. La integración turismo y patrimonio es clave para resaltar, cuidar, y mantener el patrimonio tangible e intangible como memoria colectiva de Honda. Son muchas las condiciones históricas a resaltar; sin embargo, la tradición oral, es la que remarca las condiciones para que se mantenga el patrimonio y a su vez, sea reconocido por turistas locales, nacionales e internacionales. Para (Gallou y Kalliopi, 2019) hay identidad patrimonial cuando por parte de una comunidad se establece un vínculo, en principio, con su territorio y luego con la vida social y sus creaciones, dándole un uso social a su patrimonio y posibilitando acciones comunitarias, a partir de la activación de mecanismos que permitan alcanzar los objetivos de apropiación, sostenibilidad y divulgación de las culturas locales.

Es notoria la relación que existe entre la infraestructura turística y la historia de Honda, ya que los turistas además de disfrutar del sol y la piscina también reconocen el patrimonio del municipio. Incentivar el turismo y las buenas prácticas son esenciales para mejorar la

infraestructura y atraer turistas. Los prestadores de servicios turísticos necesitan continuamente de respaldo económico externo para aumentar sus servicios y para que los turistas estén bien atendidos durante su permanencia. Los prestadores tratan de suplir todas las necesidades de la demanda turística, sin embargo, en algunos momentos como temporada alta o fines de semana con puente incluido, no dan abasto, y ahí se crea esa relación más vinculante con el comercio de Honda, y los vendedores informales suplen esas necesidades de abastecimiento de productos a los turistas.

Los empresarios han establecido alianzas con la alcaldía para la conservación del patrimonio cultural en vista de que lo están usando y aprovechando. Esa relación es más tangible desde la gestión de la Cámara de Comercio de Honda, es ella la interlocutora y la voz de los empresarios, y la que de manera institucional y sin perspicacias, puede influir en la administración municipal para lograr que los activos culturales estén en condiciones para ser utilizados como atractivo capaz de movilizar a los turistas y así generar los gastos turísticos que se persiguen. En ese sentido, no se debe olvidar que las Cámaras de Comercio son entidades privadas que trabajan en función del desarrollo empresarial de los territorios, por lo cual, sus metas y objetivos son mercantiles para la búsqueda de utilidad y rentabilidad. La injerencia en la gestión cultural hace que esta organización se parcialice y atienda exclusivamente los intereses de los empresarios y no los intereses colectivos de los habitantes.

Desde la visión de los empresarios el crecimiento de toda la cadena comercial del municipio es evidente, el comercio que suministra bienes y servicios a los pobladores se ha visto fortalecido, al igual que los establecimientos que atienden las demandas puntuales de los turistas. El comercio en general se ha diversificado, esto no necesariamente es bueno o malo, pues tiene distintas aristas para analizar, una de ellas es la especulación en los precios, como uno de los efectos negativos. Ese crecimiento también ha estimulado la llegada de capital externo que ve posibilidades de inversión,

del tal suerte, empresarios regionales invierten en infraestructura turística y algunos extranjeros encuentran en el municipio de Honda un lugar atractivo en el cual hacer inversiones, particularmente, en la compra de viviendas en el casco histórico para posteriormente habilitarlas como alojamientos o restaurantes. En suma, Honda moviliza recursos de diversos sectores producto se su buen momento turístico.

Los bogotanos de capacidad adquisitiva alta están comprando casas en Honda como segunda vivienda de descanso y ahí es donde viene el punto y donde viene el pero, en esas segundas viviendas para sustituir un poco los costos de mantenimiento de los inmuebles generan un alquiler, ahí es cuando se presenta la informalidad, ahí es cuando no se estiman costos y empieza a haber una competencia un poco desleal y una competencia por precios que no se debería dar, sobre todo, porque son personas ajenas al turismo, son turistas pero no saben de turismo y eso es una situación que se presenta en muchas partes; que una persona viaje, que conozca algunos destinos, no lo hace un profesional del turismo y eso es un error grande, entonces abren sus establecimientos con un enfoque desde el turista no desde el turismo y ahí se empieza a debilitar la oferta y a generar unas competencias que no se deben dar, lo cual termina en irregularidades.

En relación con lo anterior, según Prats (2006) la patrimonialización intencionada busca la fragmentación espacial, delimitando ciertas áreas para el desarrollo turístico e inmobiliario, pero a la vez, también apartando otros territorios del desarrollo turístico, una suerte de división física y simbólica. Se evidencia una relación directa entre la patrimonialización y la turistificación frente a la canalización de inversiones económicas para desarrollos comerciales particularmente en centros históricos que en el caso de Latinoamérica usualmente han pasado por procesos de gentrificación y que a partir del desarrollo turístico generan una revitalización espontánea.

La planta turística de acuerdo con los informantes pertenece a inversionistas externos, empresarios que en su gran mayoría no habitan en el municipio, pero que han realizado inversiones

económicas millonarias en los últimos años, esto producto del buen momento que atravesaba es sector turístico antes de la pandemia, pero que se muestra alentador en la recuperación pospandemia. Se destaca el hecho de que algunas viviendas de interés histórico han sido compradas por extranjeros para habilitarlas como restaurantes, bares y hoteles, lo cual es un fenómeno bastante común en destinos de las características del municipio de Honda. La planta turística moderna corresponde a inversiones de empresarios de la región y del resto del país. De cualquier forma, esto es un indicador de la confianza inversionista de los mismos colombianos y de las posibilidades que ven en el turismo de obtener rentabilidad a partir de sus inversiones.

Desde la percepción de los empresarios y los operadores turísticos se le está generando oportunidades laborales a los habitantes del municipio, pues son la mano de obra inmediata con la cual cuenta la planta turística actual, en épocas de mayor afluencia de los hoteles y restaurantes, de ahí la importancia de generar oportunidades a los habitantes locales, sin que sea desplazada la mano de obra local originaria del municipio por la de migrantes, ya que se requiere fortalecer la población residente y originaria. Los fines de semana, feriados y temporadas altas, el aumento de turistas es considerable y por esto se generan empleos estacionales, son muy pocos los empleos formales, ya que los empresarios no cuentan con la ocupación total durante todos los meses del año, también se reportan empleos informales que suplen los requerimientos por horas o días para cubrir la demanda de cualquier manera, esto contribuye con la precarización de las condiciones laborales.

Otro hecho importante es que la entrada de inmigrantes ha hecho que la mano de obra se desvalorice en el sector turístico y se empiece a contratar por debajo de la media salarial diaria, esto dificulta la generación de empleos formales estipulados por la ley, dando lugar al desplazamiento de la mano de obra local nacional, generándose un problema en la dinámica de generación de empleo y oportunidades. Condiciones necesarias para mejorar el crecimiento

sostenido de la población originaria de Honda. Esto coincide con lo que menciona Morel (2011) en tanto que, en algunos procesos de patrimonialización turística se genera exclusión y fragmentación, o una suerte de subordinación de los locales a las condiciones ventajosas que los aparatos empresariales suelen imponer en relación a las condiciones laborales, El actual escenario se muestra conflictivo, puesto que cada vez hay mayor oferta de mano de obra inmigrante que está dispuesta a laborar en la condiciones que les sean impuestas afectando la mano de obra local,

La actividad comercial desarrollada en el municipio a partir del turismo genera efectos económicos, los impactos directos son positivos, no solamente teniendo una visión positiva de las cosas, sino porque volvemos a lo mismo, Honda desafortunadamente tiene ingresos de temporada, la subienda no es permanente, es por temporada, Honda no cuenta con industrias manufactureras que contraten grandes cantidades de personas, tiene unas pequeñas empresas, pero digamos que la mayor contratación que se presenta en el municipio son empleados públicos, entonces el turismo llega a ser un aportante económico en las oportunidades laborales. También existen impactos negativos como son el incremento del costo de vida, la estacionalidad de la demanda y la informalidad en términos laborales principalmente.

Los prestadores de servicios turísticos requieren mejorar sus conocimientos y habilidades empresariales dentro de los términos de ley, para garantizar empleos dignos y a largo plazo. Las jornadas educativas y de capacitación son necesarias y mejoran los alcances y necesidades de los prestadores. Motivarlos, generarles confianza y apropiación del recurso turístico, es ayudarlos a mejorar el servicio y el empleo que generan, ya sea directo o indirecto. El Ministerio de Turismo y los prestadores de servicios turísticos organizados, tienen ventajas en cuanto a manejo de personal, crecimiento profesional y garantía de éxito en el ámbito turístico, respecto al resto de

prestadores, que aún desconocen la normatividad turística, y los casos de éxitos par ser aplicados a sus propios negocios.

Son variables socio-económicas las que se distinguen en el mercado turístico, entre ellas la generación de empleo directo e indirecto, Honda no es ajeno a este tipo de crecimiento, más bien es un medio para fortalecer su pequeña economía de escala, que busca robustecer alternativas para mejorar la calidad de vida de los lugareños, esto es, incrementar y lograr crecimiento de toda una infraestructura turística que contenga alojamiento, gastronomía, diversión, que supla las necesidades de propios y extraños, sin alterar el ecosistema propio del Municipio, y sin acabar con los recursos. Muchos de los estudios realizados sobre desarrollo turístico en ciudades como en Bogotá, Barranquilla, Cali, demuestran que la inversión sostenible a largo plazo genera oportunidades, si estas son planificadas y llevadas a cabo en el corto, mediano y largo plazo, que a su vez incentiven las buenas prácticas del lugar. El personal externo si está capacitado es optimizador de los procesos turísticos, ya que conoce los mecanismos y actuaciones turísticas que ofrezcan mayor atención y calidad de los prestadores turísticos, ya que son muchos los turistas nacionales e internacionales, que pueden visitar Honda, y a su vez generar mejores comportamientos turísticos en beneficio del municipio resaltando toda la riqueza paisajística y de patrimonio.

### **7.3 Entrevistas realizadas a los habitantes del municipio de Honda**

Las opiniones de los habitantes son muy subjetivas pues ven el territorio y el turismo desde distintas ópticas, algunos pueden estar más cercanos al desarrollo turístico y otros ser totalmente

indiferentes como si no existiera. Aun así, los beneficios del turismo se perciben más hacia la inversión en la adecuación de las áreas comunes del centro histórico, como las calles empedradas y las mismas casas; identifican en mejores condiciones las alamedas y los parques, eso sí, es importante tener en cuenta que, sienten que el desarrollo y los beneficios del turismo son selectivos, pues son identificados en el centro histórico, mencionan que si se sale de ese perímetro las realidades son otras. Usualmente, cuando los capitales privados intervienen en los desarrollos turísticos de ciertos territorios, las inversiones y adecuaciones de infraestructura son exclusivamente para el área en la que hará presencia el turista, de cualquier forma, estos lugares son maquillados para una puesta en escena, solo lo que sea susceptible de generar utilidad será objeto de inversión, de esa manera, los circuitos y rutas turísticas están intencionalmente definidas.

Para los habitantes del municipio la gestión y planificación del turismo es algo totalmente desconocido, ellos opinan desde sus percepciones y la realidad que ven en su cotidianidad, pero es evidente que esos procesos no son de conocimiento público, por lo cual no son concertados y participativos en el involucramiento de la comunidad de Honda. Es evidente que la planificación y gestión del turismo se realiza de manera vertical, únicamente con la participación de los actores que definen el curso del turismo en el municipio de acuerdo con sus intereses, en este caso, el de los empresarios con el concurso de la administración municipal. Desde las respuestas se puede observar que no hay una real conciencia por parte de los habitantes sobre la importancia del turismo en su territorio y desde una actividad que debe repercutir en la mejora de la calidad de vida de ellos, se asocia la planificación al orden en los desplazamientos y la falta de planificación al desorden y la desorganización.

En la investigación desarrollada por Bautista (2013) titulada: Nuevas centralidades del turismo cultural en Bogotá: el caso de Usaquén, pudo observar que si bien existe un discurso de la



inclusión y la participación en los procesos de desarrollo turístico o de planificación o gestión turística, realmente para este caso no fue así, toda el modelo de planificación se construyó a puerta cerrada y en el escritorio, por parte de los desarrolladores; grupo conformado principalmente por empresarios y actores gubernamentales. El papel de la comunidad fue exclusivamente de receptores de un modelo de desarrollo turístico a los cuales simplemente se lo socializaron de manera pública como requisito evidenciando un proceso de planificación turística excluyente y desvinculante que en nada coincide con los modelos de base, sostenibles y participativos.

Los informantes coinciden en que el municipio de Honda como destino de turismo cultural a partir de su arquitectura, ha sido transformado por vía de las inversiones en la adecuación del centro histórico, pueden identificar una evolución y una transformación en los años recientes, paralelo a eso, son conscientes que eso ha demandado la inversión de importantes recursos económicos por parte de empresarios, inversionistas y desde luego, con el presupuesto de la alcaldía municipal. Así mismo, insisten en que esas transformaciones son en lugares específicos del municipio, pero que en otras partes ajenas al turismo se evidencia todo lo contrario, la falta de inversión en infraestructura.

La sensación de los habitantes es que el turismo en el municipio de Honda es un negocio de los empresarios y comerciantes, pues los ven como los grandes ganadores con la llegada de los turistas y con los ingresos generados. De cualquier forma, no lo ven como algo malo pues consideran que si hacen las inversiones deben obtener la rentabilidad. Lo cierto es que la concentración de la riqueza generada por el turismo termina en las manos de unos pocos. De igual manera, opinan que es función de la administración municipal definir las acciones necesarias para consolidar el turismo como una alternativa de desarrollo productivo y en esa misma medida, le dan

un protagonismo menor al papel de la comunidad en el desarrollo turístico, es como si los procesos de planificación fueran cuestión de otros y no de ellos.

El potencial de turismo cultural del municipio de Honda no se limita únicamente a los bienes construidos de connotación monumental, sino que comprende también otras formas culturales asociadas a la inmaterialidad, como las tradiciones, costumbres, folclor, mitos y leyendas, festividades, gastronomía, artesanía, entre otras. Estas son importantes porque refuerzan la identidad cultural y el sentido de pertenencia de sus habitantes hacia el territorio que habitan. Por su parte, coinciden en que el turismo es un vector que contribuye con la valoración y divulgación de sus tradiciones generando sensibilización para la transmisión a las siguientes generaciones. Consideran que el turismo es determinante en la recreación de sus fiestas tradicionales y un motor de desarrollo importante por los aportes de los turistas. Es evidente que las prácticas turísticas tienen la capacidad de instrumentalizar el patrimonio como lo menciona Córdova *et al.* (2021), hacer del él algo valioso, capaz de transmitir valores que permiten su apropiación social. La ludificación patrimonial correctamente gestionada puede ser transformada en un puente que genere identidad y reconocimiento simbólico de los bienes y manifestaciones presentes en el territorio turístico.

Indagando en profundidad algunos informantes manifiestan que las fiestas tradicionales con el tiempo se han transformado para hacerlas más atractivas a los turistas. Consideran que ciertas prácticas y actividades propias del pueblo han sido eliminadas y a su vez otras introducidas para el interés de los turistas; en ese sentido, se invisibilizan y apartan tradiciones que se consideran demasiado “populares” para instaurar otras más “cultas” del agrado de los turistas de las grandes ciudades.

La diversificación de la oferta turística en un destino permite que el viajero pueda elegir entre diferentes experiencias en un mismo destino, lo que paralelamente puede ayudar a multiplicar

o aumentar los gastos y consumos de los viajeros, a la vez que, permite llegar con productos a distintos segmentos e indiscutiblemente ayudar a que lugares en particular no se saturen con la llegada de viajeros en masa y sus respectivas consecuencias. Honda como destino turístico tienen su oferta centralizada en el centro histórico, ya que permite que los viajeros consuman los productos y servicios que allí mismo se encuentran ubicados, pues entre menos movimientos tenga el viajero más se concentran sus consumos, esta posiblemente sea la estrategia del sector empresarial en el municipio. Lo cierto es que existe potencial de desarrollo turístico en otras tipologías turísticas, pues se cuenta con condiciones de paisaje para el desarrollo de turismo de naturaleza, turismo de aventura, ecoturismo, entre otros. Lo anterior coincide con lo que propone Ragozino (2016) en tanto que, el patrimonio cobrará sentido y tendrá utilidad en un proceso de patrimonialización turística en la medida que existan valores, símbolos y representaciones en los individuos logrando un uso y apropiación social desde el diálogo y la interacción.

A lo largo de los años, el turismo en el municipio de Honda se ha transformado, en la década de los años 1970, 1980 y 1990 logró posicionamiento como destino de descanso por las bondades de su clima, los balnearios y los centros vacacionales, ya en los años 2000 iniciaba su transición hacia un destino cultural dados sus potenciales históricos, arquitectónicos y culturales, ligado a una estrategia conjunta entre empresarios y gobernanza. Esto también llevó a redefinir el tipo de turista que visitaba el municipio; los primeros con gastos limitados en el disfrute de los pasadías y con escasas pernoctaciones a un turista con más capacidad adquisitiva y que extendiera su estancia por más de dos días. Hoy los turistas que visitan el municipio son personas de edad adulta que viajan con sus familias con una estancia promedio de tres días interesados en la historia y cultura del municipio.

Desde la percepción de los habitantes es evidente que han sido testigos de importantes transformaciones en el desarrollo turístico a lo largo de los años, la evolución en la oferta es quizás lo más importante, porque antes de la década del 2000, Honda era un destino vacacional y posteriormente fue transformado en destino de interés cultural, a partir de esfuerzos articulados entre diversos sectores interesados en que así fuera. Es particular ver que para los habitantes el turismo no es concebido como algo malo o que sientan que les genera algún tipo de afectación, todo lo contrario, son conscientes que el turismo genera ciertos beneficios particularmente económicos, lo que si manifiestan es que los beneficiados con ese turismo son los empresarios y comerciantes, pues ellos no ven beneficios tangibles en los habitantes, más allá de empleos ocasionales y paupérrimos.

## Capítulo VIII. Discusión

### 8 Discusión de los resultados a partir de las entrevistas

#### 8.1 Las formas de poder en el proceso de patrimonialización y las tensiones derivadas de los intereses particulares

El primer objetivo de la investigación propuso identificar a los distintos actores que se ven implicados en los procesos de patrimonialización turística analizando el conjunto de relaciones y tensiones suscitadas a partir de los intereses de cada sector en relación con los beneficios del turismo.

Los resultados permitieron evidenciar que la patrimonialización en el municipio de Honda es un proceso que ha sido gestado por el aparato empresarial, siendo ellos los actores determinantes en el desarrollo turístico que actualmente se vive en el municipio. El sector empresarial y comercial ha tomado el patrimonio cultural tangible como un recurso que ha sido activado por medio del turismo, el cual, a partir de estrategias de comunicación, promoción y comercialización (ver figura 27) ha logrado captar flujos turísticos nacionales y regionales para la constitución de un turismo cultural. La administración municipal abiertamente manifestó que el sector empresarial tiene intereses definidos respecto al uso del patrimonio como posibilidad de desarrollo económico que pueda potenciar sus actividades productivas particulares, motivo por el cual la patrimonialización en Honda obedece a una agenda empresarial con objetivos definidos desde una estrategia común.

Desde la percepción de los habitantes el turismo cultural en el municipio es un negocio en el que lo ganadores en términos económicos son los comerciantes y empresarios; es de mencionar

que, para algunos de los informantes, esto no es algo que genere perspicacias, pues si una persona hace una inversión económica en cualquier tipo de negocio, lo más lógico es que pretenda un retorno de inversión; sin ignorar que si evidencian una concentración de la riqueza en manos de unos pocos empresarios.

**Figura 28** Publicidad turística.



*Nota.* Fuente: Alcaldía Municipal de Honda.

Se produce entonces una mercantilización del patrimonio que, de acuerdo con Almirón *et al.* (2006) a partir del turismo se antepone el uso comercial por encima del uso simbólico, cambiando radicalmente lo que otrora se entendía por patrimonialización, pues esta pretendía la

construcción de la identidad cultural de las comunidades utilizando el turismo únicamente como una vía y no como un fin en sí mismo. Los resultados coinciden con los hallazgos de Obezo (2013) quien encontró que la patrimonialización está determinada por criterios de mercado, en donde se funcionan las intenciones de salvaguardia y la mercantilización por medio del turismo; la patrimonialización es un discurso oficial-empresarial para buscar la comercialización de espacios culturales, sin dejar de lado, que se construyen narrativas que luego son repetidas en discursos oficiales para que muchos se sientan identificados y beneficiados.

La gestión patrimonial y turística con fines mercantiles no tendría el camino tan fácil si no se contara con el concurso institucional de la administración municipal, quienes a partir del avasallamiento de las políticas públicas allanan el camino para poder instrumentalizarlas en función de los intereses empresariales privados. En ese sentido, se pudo evidenciar el rol determinante de la Cámara de Comercio de Honda como gremio empresarial, que tiene una influencia determinante a nivel regional y municipal. Toda la estrategia de patrimonialización desde su gestación hasta su ejecución fue llevada a cabo en este gremio, pues la administración municipal carece de los recursos necesarios para los procesos de revitalización del patrimonio cultural tangible, por lo que necesita del capital privado cediendo el uso y control de los bienes patrimoniales, en ese sentido menciona Prats (2006) que es usual que los perímetros y centros históricos con presencia de bienes culturales se delimiten como zonas de desarrollo especial, en donde es evidente que se realizan fuertes inversiones económicas, generando fragmentación y diferenciación espacial para priorizar o realizar desarrollos bien sea inmobiliarios, turísticos y de otras índoles, en esa vía, también menciona Belhassen (2014) que esos proyectos patrimoniales son desiguales, pues solo se ven beneficiados los que habitan el perímetro histórico y los que se encuentran por fuera de esa frontera no tienen nada, por lo tanto, no es solo una división física y económica, sino también una división simbólica.

Es de mencionar que la Cámara de Comercio de Honda es un gremio de empresarios y sus metas y objetivos tienen propósitos mercantiles, también tienen una influencia enorme en el territorio, por lo cual, su injerencia en la gestión cultural de Honda ha sido totalmente parcializada hacia el sector comercial dejando al margen los intereses colectivos de los locales.

En el caso de Honda, el turismo no es una actividad equitativa, pues se identifican unos ganadores y unos perdedores; desde las percepciones de los informantes los mayores beneficiarios son los empresarios que se quedan con los réditos económicos, mientras que los demás actores locales quedan al margen con mínimos beneficios. Desde esa perspectiva, la articulación entre gremios económicos y gobernanza es una vía para la gestión del capital público-privado que es utilizado para el desarrollo de proyectos productivos que, desde el turismo, pretende lograr la preservación del patrimonio histórico (ver figura 28). El empresariado del municipio de Honda es plenamente consciente de que tienen una responsabilidad mayúscula frente al mantenimiento del patrimonio y la cultura local, pues cada vez hay más personas que ejercen roles de veeduría sobre el cumplimiento de las políticas orientadas a la protección patrimonial. Si bien, la gobernanza local es participe de los procesos de activación patrimonial en conjunto con los empresarios, también hay instituciones externas que se mantienen vigilantes respecto al turismo y el patrimonio.

La patrimonialización en el marco de la modernidad es coherente con el ideario de los estados nacionales, en donde se reproducen las relaciones de poder y, por ende, las asimetrías. Es desde allí en donde se define que debe ser reconocido y que no, que debe ser patrimonializado y que no, atendiendo el juego de la singularización de jerarquías, en los que ciertos elementos quedan subordinados y otros desaparecen según intereses, no sin antes haber sido sometidos a validaciones jurídicas, políticas y académicas (Sánchez, 2015, p. 54).



**Figura 29** Antigua estación del tren.



*Nota.* Estación del tren declarada patrimonio histórico y cultural de Honda. Actualmente en desuso y abandonada. Fuente: El autor.

Los resultados de la presente investigación permiten inferir que la influencia de los poderes políticos en el desarrollo turístico y proceso de patrimonialización de Honda es evidente, puesto que no basta únicamente con poseer los recursos económicos y la disponibilidad de dinero tangible para lograr los objetivos mercantiles. Todo proyecto de intervención patrimonial está sometido a una agenda y a un plan de manejo y protección, el cual debe surtir varios debates para lograr su aprobación en el consejo municipal. Los informantes manifiestan que la mayoría de las personas que integran el comité de gobierno de la administración y el consejo municipal, históricamente han sido también reconocidos comerciantes y empresarios del municipio y de la región; una clara alternación del poder entre lo político y lo económico. Autores como Prats (2015) mencionan que

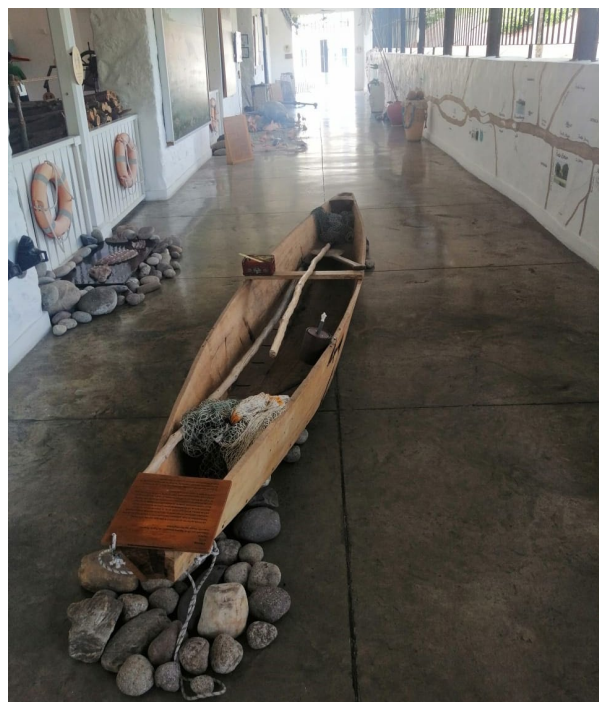
todo proceso de patrimonialización tendrá injerencia de los poderes políticos de turno y con los “expertos” en patrimonio, a partir de un proceso cerrado y selectivo determinan qué debe ser reconocido como patrimonial y, sobre todo, qué se debe escribir y qué se debe contar en la construcción del ideal cultural de nación.

En el caso de Colombia los poderes políticos están articulados en un contexto geográfico desde lo local, departamental, regional y nacional, pues son estructuras centralizadas con agenda propia que ejercen injerencia y control en todos los órganos de gobierno y administración de todos los entes territoriales. De esa manera, necesariamente lo político está vinculado a lo empresarial y, en suma, son intereses son los mismos y buscan hacerse a su control, pues su combinación de fuerzas ha construido un aparato de dominación que ha permanecido hegemónico por décadas. Para Ramón (2022) todo proceso de gestión patrimonial estará determinado por las formas de poder local; lo político y lo económico y estos procesos de patrimonialización se dan de manera vertical descendente, a partir de las instituciones políticas, quienes están subordinadas a los poderes centrales, que a partir de las políticas públicas de gestión patrimonial negocian los recursos patrimoniales. Esto también coincide con lo encontrado por Cote (2014) quien en su investigación dilucidó que desde lo político-administrativo se maneja un discurso oficial e instituido del patrimonio cultural en relación con sus habitantes, desde elementos como la apropiación y la identidad común, pero que en realidad no es más que un distractor, pues atiende a intereses supralocales, lo cual deriva en una pérdida de control respecto a la toma de decisiones en la gestión del patrimonio cultural por parte de los locales, pues son esos intereses los que determinan los cambios culturales a que haya lugar.

Esta investigación pudo encontrar que el municipio de Honda cuenta con una política pública integral de protección conservación y divulgación del patrimonio cultural, la cual, se articula a los lineamientos del Ministerio de Cultura respecto al manejo del patrimonio cultural de

la nación. Esas políticas proponen el turismo como un instrumento para la protección y divulgación del patrimonio local (ver figura 29) a la vez que un medio para generar oportunidades económicas y de empleo a los habitantes locales. En vista de que es un patrimonio activado desde el turismo, el municipio cuenta con un (PEPP) Plan Especial de Protección al Patrimonio, amparado en el Plan de Ordenamiento Territorial. Este marco normativo tiene una singularidad y es que en su constitución se define que la gestión del patrimonio cultural del municipio deberá tener un enfoque social, pues todo beneficio derivado de la gestión comercial del patrimonio cultural deberá redundar en una distribución equitativa de sus beneficios propiciando prosperidad económica y social a sus habitantes. De esa manera, son los habitantes los encargados de la protección y mantenimiento de su patrimonio cultural desde las buenas prácticas turísticas.

**Figura 30** Interior del museo del río Magdalena.



*Nota.* El museo del río Magdalena presenta la tradición pesquera y de navegación desde las comunidades indígenas precolombinas hasta mediados del siglo XX cuando se pierde su navegación. Fuente: El autor.

En este caso, la política pública de gestión cultural de Honda ha sido desconocida y amañada con propósitos mercantiles, en beneficio de los poderes locales, caso particular el proyecto conjunto entre la administración municipal y la Cámara de Comercio de Honda “Magdalena Travesía Mágica”, la cual es una ruta que integra atractivos turísticos que son de propiedad o gestionados directamente por los empresarios y sin ninguna participación de locales más allá de las actividades de servicio.

...un análisis profundo en los contextos de la patrimonialización mostraría que contribuye significativamente a la exclusión y fragmentación, a la subordinación de las comunidades, a los desarrollos selectivos, a las desigualdades sociales y finalmente a la pérdida de identidad cultural. La patrimonialización desde los intereses económicos, es contraria a la patrimonialización para la reivindicación y la valoración. El actual escenario es conflictivo, pues va en contravía de los intereses económicos de los locales y en contravía de los objetivos de salvaguardia. (Morel, 2011, p. 8).

El patrimonio y su respectiva gestión por medio de las políticas públicas es utilizado como un instrumento geopolítico en relación a los intereses que surgen en los territorios, evidenciando que, en el contexto de Honda, los marcos normativos de gestión patrimonial se encuentran subordinados a los poderes locales mimetizados en el discurso de la democratización de lo público, los cuales, materializan iniciativas excluyentes. Es muy posible que, desde este discurso, el patrimonio sea concebido por la élites locales como un medio de control territorial, o maniobra geopolítica que margine ciertos elementos incómodos y que a su vez consolide una imagen de ciudad, higiénica y ordenada (ver figura 30) que a futuro pueda ser capitalizada en otro tipo de proyectos. Lo anterior coincide con lo hallado en la investigación de Bautista (2013) pues encontró que las políticas públicas de orden municipal en relación a la gestión del patrimonio son apropiadas y tergiversadas por los poderes locales, para que, a partir de su influencia, se creen nodos y centralidades turístico-culturales en los territorios. De esa manera, la patrimonialización adopta una lógica capitalista en busca de beneficios y generación de rentas. Los territorios con recursos

patrimoniales son espacios de tensiones y conflictos derivados de las relaciones de poder, los cuales, desde su esfera de influencia determinan lo que debe ser conservado, reconocido y divulgado, por lo cual, la patrimonialización gestada desde las políticas públicas opera con valores simbólicos en la medida en que se puedan obtener beneficios.

**Figura 31** Calle del centro histórico.



*Nota.* Calle del centro histórico en donde se evidencia un proceso de intervención tanto en las construcciones como en las calles. Fuente: El autor.

En relación con lo anterior (Díaz y Jover, 2019) consideran que la cultura y los bienes culturales sucumben a las lógicas del mercado, de tal manera, las políticas culturales cuando son amañadas transforman el patrimonio en una mercancía cultural; desde esa perspectiva Harrison (2010) dice que las políticas de gestión patrimonial ponen en marcha un aparato de producción para construir nuevos escenarios de consumo que satisfaga necesidades del mercado turístico, desde allí se construye libretos para reinscribir un pasado al servicio del presente.

No obstante, la patrimonialización en Honda no es ajena a las tensiones y conflictos que se han suscitado en el marco de su desarrollo, pues existen poderes dominantes que, en conjunto con

la institucionalidad, han llevado a cabo proyectos que resultan polémicos para algunos sectores de la sociedad local. El diálogo con la comunidad permitió establecer que muchos habitantes tienen posturas distintas frente al desarrollo turístico; unos más cercanos e informados, con los cuales se permitió el diálogo y otros tantos distantes, despreocupados, desinformados e indiferentes. Los más informados perciben que los beneficios del turismo son importantes en términos económicos, pero a su vez, los ven ajenos a ellos considerando que las utilidades del desarrollo turístico de Honda se las quedan los que pertenecen a las élites del municipio.

En Honda el desarrollo es selectivo desde la óptica de los informantes, pues el desarrollo llega únicamente a los escenarios y destinos turísticos que se desean potencializar, sobre todo, las inversiones en infraestructura y comercio, de tal manera, los circuitos, rutas y productos turísticos están perfectamente delimitados, todos aquellos territorios que sean susceptibles de generar utilidad son objeto de inversión, lo cual coincide con la investigación de Díaz (2010) quien encontró que el desarrollo territorial, en algunos casos, está sujeto a procesos de patrimonialización y activación turística, eso sí, con previas declaraciones de bienes culturales, que son entregadas por las administraciones locales. De esa manera, la gobernanza cumple un rol legitimador de la inversiones privadas legislando en torno a lo que debe ser reconocido con un valor de uso, en un proceso en el que las comunidades no son partícipes. En esa medida, la patrimonialización en principio y de acuerdo con sus intereses mercantiles, no pretende que sus habitantes se sientan identificados y contribuyan en su desarrollo, pues corresponden a procesos que nos son públicos y menos participativos.

Así entonces, se puede decir que la patrimonialización con propósitos mercantiles y excluyentes es un dispositivo de reproducción de desigualdades, que genera violencias en los habitantes desde lo económico, político, social y simbólico; lo anterior es coherente con lo que menciona Suremain (2017), pues considera que el turismo cultural tiene dos actores con intereses

que coinciden, por un lado, actores políticos con poder de decisión desde la gobernanza, los cuales buscan anclar sus intereses en los territorios; de cualquier forma, una rentabilidad política y el sector empresarial privado que busca la rentabilidad económica de sus inversiones. De la misma manera, menciona Pérez (2006) que en los territorios turísticos emergentes como Honda las instituciones locales reproducen y estimulan estructuras de dominación, las cuales paralelamente se contrarrestan desde acciones políticas de resistencia, luchas de bases que reivindican la identidad cultural respecto al sometimiento de la cultura colectiva. En ese contexto (Schenkel y Almeida, 2015) consideran que la relación económica-cultural entre las formas de poder político y económico están ligadas a la producción de capital, de ahí que la patrimonialización turística en relación con las comunidades tenga una naturaleza conflictiva.

Se evidencia una emergencia en el proceso de patrimonialización turística de Honda por construir una identidad regional, un relato que pueda ser objeto de comercialización, esto implica la legitimación de ciertos bienes y manifestaciones, que sean susceptibles de campañas de comunicación, promoción y comercialización, posicionando un ideario de turismo cultural. Desde la percepción de los informantes consultados en el territorio; esto implicó la construcción de relatos artificiales, reivindicando memorias colectivas de ciertos grupos privilegiados, en detrimento de memorias y saberes mestizos, que no encajaban en el nuevo ideario de ciudad cultural moderna.

No se podrá construir una identidad colectiva y un relato común si el proceso de patrimonialización en Honda no es integral. Hasta el momento su rol se ha relegado a meros expectores que, desde el margen, ven su patrimonio y los réditos del turismo, como algo ajeno que compete a las élites que ostentan el poder local. No se deben invisibilizar los saberes mestizos de los que históricamente han estado asentados en el territorio, porque el mercado turístico es dinámico y cambiante y suele reinterpretar el patrimonio cultural generando cambios en el consumo cultural de los viajeros desde nuevas formas de producción y comercialización. Estos

hallazgos coinciden en gran medida con lo que encontró Vélez (2015) pues su investigación evidenció que la patrimonialización turística genera segregación social y cultural y estos procesos demuestran la capacidad de distanciar las comunidades. La patrimonialización genera usos desiguales del territorio, en los que usualmente las comunidades locales se quedan con las actividades operativas y serviles y a su vez, con todos los conflictos que se puedan derivar de ella.

La patrimonialización turística mal gestionada fomenta la vulneración simbólica, en la medida que nuevos relatos con propósitos de mercado fragmentan la identidad de manera selectiva atendiendo los intereses de quienes dominan. El patrimonio y la memoria se someten a revisión y son los poderes los que determinan que debe ser recordado y a su vez, puesto en valor, no hay consenso social; el patrimonio está sujeto a relaciones de poder en donde los locales quedan en desventaja. Quizás las respuestas a esta serie de vicisitudes no las proponga Prats (2015) pues dice que:

...los procesos de patrimonialización deben poner en valor las manifestaciones culturales de grupos minoritarios que históricamente estuvieron marginados (indígenas, afrodescendientes, migrantes y campesinos). Esto para la construcción del discurso de la nueva identidad e interculturalidad en sus denominados “nuevos patrimonios”, los cuales deben ser gestionados a partir de instrumentos políticos y legitimados por organizaciones culturales de alcance internacional (p. 11).

En esa misma perspectiva Pérez *et al.* (2022) menciona que las comunidades necesitarán comprender los conceptos de valorización y revalorización; la primera compete a las representaciones y el valor simbólico que se tiene de la identidad y la herencia cultural en relación a su apropiación y uso, pues debe determinarse como importante para darle continuidad y legarlo al interior de la comunidad; y la revalorización desde un componente subjetivo, se construye a partir del debate público, en sus nociones teóricas y conceptuales buscando la apropiación colectiva para la construcción de la identidad común.



### ***8.1.1 Patrimonialización y turistificación desde las dinámicas comerciales y mercantiles***

El segundo objetivo específico de la investigación buscó conocer las dinámicas comerciales y mercantiles que son motivadas y llevadas a cabo por la actividad turística en el territorio dando lugar a la turistificación del destino una vez ha sido objeto de patrimonialización.

Los resultados de la investigación permitieron evidenciar que posterior al proceso de patrimonialización gestado en el municipio de Honda, se produjo paulatinamente un proceso de turistificación generando una dinámica de mercado en torno al turismo cultural. Las actividades turísticas se han ido intensificando en la medida que los turistas van llegando. La oferta de alojamiento ha aumentado en los últimos cinco años, de acuerdo con información de los operadores turísticos, el número de habitaciones ha crecido hasta un 30%. El desarrollo turístico en Honda ha dinamizado la finca raíz con la construcción de proyectos urbanísticos y la compra y venta de viviendas usadas, destacando que los precios del suelo también han aumentado significativamente. El municipio de Honda se viene consolidando como destino turístico emergente, debido a la demanda por el clima y las características intrínsecas del municipio asociadas a la arquitectura, la historia y su paisaje natural y por su puesto a su proceso de patrimonialización. Desde la perspectiva de los operadores turísticos, Honda se viene constituyendo en un destino turístico de interés a nivel nacional, sumamente lucrativo y en crecimiento continuo, la cadena de valor del turismo se ha venido fortaleciendo y cada vez se requiere mayor cantidad de bienes para el consumo de los turistas, generando un crecimiento tanto en el comercio formal como en el informal.

Desde la perspectiva de Santamarina (2017) para que el turismo este en sintonía con las dinámicas del mercado deberá buscar los mecanismos más idóneos para hacer accesible el patrimonio, cuidando que se haga cuestionamientos respecto a su uso y explotación producto del

turismo masivo que pueda generar impacto y deterioro. De otro lado, si bien el turismo es de interés colectivo respecto al territorio en donde se desarrolla, lo cierto es que los mayores beneficiados son los que productivamente estén articulados directamente en la cadena de valor y que sean proveedores de bienes y servicios; desde esa perspectiva, el turismo cultural genera importantes ingresos pues tiene asociado un valor de uso.

La Cámara de Comercio de Honda ha tomado un rol protagónico dentro de los procesos productivos asociados al turismo, pues ha definido un paquete de medidas de apoyo para el fortalecimiento del sector empresarial y comerciantes en general. Desde allí se han definido estrategias de marketing que buscan la promoción de Honda como destino turístico cultural y desde esta misma Cámara de Comercio se ha avanzado en el diseño de rutas, circuitos y productos turísticos, muchos de ellos adaptados de acuerdo con las necesidades y oportunidades de los empresarios y comerciantes. Es importante mencionar que este gremio tuvo un papel protagónico en todo el proceso de patrimonialización de Honda, por lo cual, no es de extrañar que le dé continuidad a su iniciativa:

Muchos destinos son adaptados y readaptados, según las nuevas demandas, pues el objetivo es movilizar turistas con capacidad de gasto a los destinos culturales. Es una urgencia manifiesta, pues se evidencian importantes inversiones económicas en adaptación y construcción de planta turística, diseño de producto y adecuación del destino. Esto implica la movilización de recursos económicos y humanos, que garanticen la rentabilidad de las inversiones de los empresarios que “creen” en el turismo cultural como una posibilidad de prosperidad para los territorios, sin dejar de lado, la rentabilidad política para afianzar poderes que ejerzan control (Prat, 2020, p. 13).

El turismo cultural visto desde el municipio de Honda genera una posición dicotómica y esto pudo ser evidenciado en el diálogo con muchos de los informantes. Para algunos de ellos un poco más conservacionistas, el turismo cultural que se ha desarrollado en el municipio es una amenaza latente sobre los bienes y manifestaciones dada su fragilidad, pues el desarrollo turístico ha sido concebido únicamente con fines comerciales, dejando de lado las políticas de conservación

(ver figura 31) de cualquier forma, es una visión utilitarista del patrimonio que terminará por generar impactos significativos e irreversibles en el corto y mediano plazo. Del otro lado, un sector que considera que el turismo en Honda tiene más efectos positivos que adversos, puesto que los aportes en términos económicos serían significativos, pues visto está el efecto multiplicador que tiene el turismo desde otras experiencias de territorios que lo han sabido desarrollar; de esa manera, en términos de efectos y bondades el turismo en Honda genera posiciones antagónicas.

**Figura 32** Construcción histórica en deterioro.



*Nota.* Construcción histórica de características republicanas que se encuentra por fuera del centro histórico en la cual se evidencia el estado de abandono. Fuente: El autor.

En el trabajo realizado por Posso (2015) se encontró que el turismo en los territorios es un fenómeno social en principio, pero también un fenómeno empresarial que define los mecanismos necesarios para poner en marcha su aparato productivo adaptándolo a las demandas del mercado. De esa manera, evidenció que los recursos culturales son un activo canjeable que puede ser puesto

en valor mediante el concurso institucional, a partir de la conservación patrimonial. Entonces es comprensible que el aparato empresarial local necesita de los elementos patrimoniales, de los gobiernos locales y de las políticas públicas para lograr la turistificación del destino por la vía patrimonial. De igual manera, la turistificación genera resistencias que dividen frente a los que consideran que los aportes económicos conducen a una mejor calidad de vida de los locales y otros que piensan que el turismo genera más impactos que beneficios particularmente sobre los bienes culturales.

Es evidente que el comercio formal en Honda se ha fortalecido bajo el auspicio de la Cámara de Comercio, pues han logrado vincular al gremio a un número importante de comerciantes y de prestadores de servicios turísticos, en el marco de la legalidad cumpliendo con los requisitos para operar sus actividades productivas. Esto es importante en la medida que tener operadores turísticos legales garantiza la calidad y transparencia en la prestación de los servicios turísticos. La formalidad empresarial implica beneficios en doble vía, por un lado, para los turistas que tienen la tranquilidad de comprar bienes y servicios a empresas legalmente constituidas que garanticen seguridad y calidad y para las empresas, la posibilidad de captar viajeros interesados en comprar sus bienes y servicios multiplicando sus utilidades.

Por otro lado, la turistificación de Honda ha multiplicado el comercio informal (ver figura 32) pues muchas personas en condición de vulnerabilidad económica y social encuentran oportunidades de subempleo con la llegada de los turistas. Desde las opiniones de prestadores de servicios turísticos, empresarios y comunidad en general, la diáspora venezolana es la que principalmente opera en la informalidad desencadenando problemáticas sociales paralelas como: microtráfico, robos y prostitución; de cualquier forma, percepción de inseguridad en general. Este panorama genera zozobra en el comercio formal que se ve perjudicado directamente, lo cual ha

derivado en tensiones y conflictos con los vendedores informales respecto al uso del espacio público.

Lo anterior se puede comparar con los resultado obtenidos por Ramírez (2015) quien en su investigación realizada en el municipio de Barichara Santander evidenció que la activación patrimonial desencadenó un proceso de turistificación que potenció el comercio formal aumentando las plazas de empleo; algunos con contratos en condiciones justas y con las prestaciones de ley, a su vez también se evidenció que muchas personas vinculadas al comercio formal carecen de contratos de calidad y salarios dignos. De igual manera, la turistificación en el municipio estimuló el empleo informal de vendedores que invaden el espacio público vendiendo toda suerte de artículos a los turistas. Lo anterior transformó radicalmente el territorio con implicaciones socioeconómicas profundas y, sobre todo, generando inconformidades en los habitantes.

**Figura 33** Comercio informal en el centro histórico.



*Nota.* Puestos ambulantes de comercio informal en el parque la independencia el cual es visitado por turistas. Fuente: El autor.

El desarrollo turístico para sus ciudadanos tiene una connotación ambivalente, la cual está asociada al conocimiento y al nivel de involucramiento que en la actividad turística se tenga. De esa manera, para un importante número de habitantes el turismo cultural se ha logrado posicionar como una actividad que ha permitido el desarrollo del municipio en los últimos años, otorgando el reconocimiento en su gestión a los empresarios y la administración municipal, pues entienden que ellos son los artífices en el objetivo de consolidar el territorio de Honda como destino turístico, para que, de esa manera, se generen oportunidades laborales y desarrollo económico local. Desde esa perspectiva, el turismo se ha instrumentalizado como la posibilidad de acercar el patrimonio a la comunidad hondana permitiendo alcanzar los objetivos de salvaguardia, conservación y divulgación que se traza la política de turismo cultural a nivel nacional.

La turistificación se entiende como una consecuencia de un desarrollo turístico espontáneo y sin planificación alguna, pero también, producto de la mejora en las condiciones económicas de las personas y en el acceso y democratización de los viajes. Hoy el viaje es una necesidad social contemporánea y un objeto de consumo que estimula los flujos turísticos que desencadenan en turistificación de territorios mal preparados. Por otro lado (Aramayona y García, 2019) mencionan que la turistificación se manifiesta en los pueblos provinciales con la hiperpresencia de turistas, aumento de la oferta comercial y desarrollos inmobiliarios, cambios en la movilidad, tercerización de la vivienda y aumento de la oferta de atractivos turísticos particularmente desde lo cultural.

El crecimiento turístico ha tomado por sorpresa diversos territorios que no han hecho una gestión eficiente en el marco de la planificación turística para gestionar debidamente el volumen de viajeros y para minimizar los impactos derivados de ellos; así mismo, cualquier iniciativa de regulación y control es tomada por los poderes locales como una afrenta a la libertad de empresa.

La turistificación como una acción concebida por parte de agentes comerciales, institucionales y gubernamentales estimula la transformación urbana, con miras al desarrollo turístico de un territorio específico, para lograr la competitividad sectorial y el éxito empresarial de

sus interventores. En efecto, es una dinámica capitalista que se ha intensificado en la medida que el viaje se vuelve anhelo y necesidad en la sociedad agobiada y monótona, que busca como refugio territorios que ofrezcan una alternativa de descanso, en el cual se aprecien los valores culturales locales (Sequera *et al*, 2017, p. 21).

El turismo en Honda se ha dinamizado de manera significativa atendiendo la demanda de productos y servicios de los turistas; los sectores que más crecimiento presentan son: hoteles, restaurantes, bares, comercio y transporte; así mismo, de manera indirecta también crecen otros tipos de comercio que suplen necesidades de los viajeros. Si bien existía un comercio consolidado que suministraba bienes y servicios a los habitantes, la llegada de los viajeros supuso una oportunidad de negocio para aquellos que se adelantaron a invertir en planta turística. Desde las opiniones de los empresarios, se ha fortalecido toda la cadena comercial del municipio, sin mencionar que se ha generado toda una dinámica comercial orientada a los turistas, todo esto apoyado en estrategias de marketing tradicionales y digitales con el propósito de comunicar y promocionar el municipio de Honda como destino turístico cultural.

Para el caso de Honda se identifica una relación directa entre el comercio y los lugares culturales turísticos, pues esto se asocia a los intereses de los empresarios y comerciantes que han intervenido en el proceso de patrimonialización de Honda. Las actividades asociadas al patrimonio cultural sirven como engranaje para la dinámica comercial y la respectiva generación de recursos económicos. De cualquier forma, la relación productiva entre el turismo y el patrimonio funge como estrategia para cuidar mantener y divulgar el patrimonio cultural local que hace parte de la memoria colectiva de los habitantes. De esa manera, los activos más importantes en Honda son sus bienes y manifestaciones culturales, pues se constituyen en el andamiaje que soporta todo el aparato comercial y empresarial del municipio.

Estos hallazgos concuerdan con lo encontrado por Zúñiga (2018) en su investigación sobre turistización de destinos culturales en México, en donde se identifica una relación directa entre

comercio y turismo en lugares de interés cultural, pues las declaratorias municipales patrimoniales son capitalizadas como espacios de alto valor cultural, para canalizar inversiones y construir iniciativas empresariales, una suerte de mercancía simbólica al comercializar la identidad cultural de los locales.

Autores como Morel (2011) mencionan que la turistificación se esfuerza en construir paisajes idealizados, de tal manera que, a partir de las acciones de marketing, se evoquen nostalgias que puedan capitalizarse en visitas al destino. Ahí está el verdadero potencial de los destinos auténticos que cuentan con recursos culturales, que pueden ser gestionados como escenarios culturales romantizados, en los cuales se pueden construir relatos, usualmente artificiales para turistas que están dispuestos a pagar por ellos.

La patrimonialización y posterior turistificación del municipio de Honda ha incentivado la llegada de capitales foráneos, particularmente para la inversión inmobiliaria y en establecimientos turísticos como restaurantes, bares, discotecas, entre otros (ver figura 33). El municipio de Honda se ha vuelto atractivo para la compra de segundas viviendas de descanso, dadas las características históricas, culturales y arquitectónicas, sumado a su paisaje natural y su clima, Así mismo, inversionistas externos han comprado un importante número de viviendas históricas, para habilitarlas como hospedajes turísticos en el centro histórico del municipio. Este fenómeno ha generado ciertas resistencias con la industria del alojamiento formalizada, pues ven en estas viviendas que se ofertan en plataformas una amenaza para su negocio.



**Figura 34** Restaurante internacional.



*Nota.* Vivienda del centro histórico de Honda transformada en un restaurante de comida internacional para los turistas. Fuente: El autor.

La atraktividad inmobiliaria del municipio de Honda es muy reciente, pues el municipio pasó por un proceso de gentrificación que inició a finales de los años setenta con la pérdida del interés turístico por el municipio producto del desarrollo de otros centros turísticos y modernos complejos vacacionales que lo apartaron del mapa turístico. El cambio en las dinámicas urbanas, comerciales y turísticas generaron presión sobre sus habitantes y muchos dueños de predios los descuidaron y los abandonaron. Es hasta los años recientes que inicia su revitalización de Honda al ser integrado por el Viceministerio de Turismo como uno de los municipios que integran la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia.

Lo anterior coincide con la investigación realizada por Posso (2015) en el Barrio Getsemaní de Cartagena de Indias, en donde se determinó que la turistificación incentivo la gentrificación de este barrio histórico transformando radicalmente las dinámicas urbanas, sociales y comerciales y fundamentalmente generando una sustitución de vecinos deslindando la barriada popular, para

luego sustituirla por nuevos habitantes más “amables”: extranjeros, artistas, bohemios, una nueva dinámica que motivó la segregación y expulsión. Hoy Getsemaní es un nuevo barrio cultural, sus casas han sido adquiridas por otros propietarios con mayor capacidad adquisitiva que las han habilitado como hostales, discotecas, bares, restaurantes y otras infraestructuras al servicio del turismo.

De la misma manera, la investigación de Vélez (2015) que busco comprender los conflictos de la patrimonialización en Barichara Santander, encontró que la declaratoria de Bien de Interés Cultural y la integración en la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia estimuló la llegada de foráneos con capacidad económica alta, quienes se asentaron en el territorio generando nuevas dinámicas urbanas, sociales y comerciales.

...está motivada por los intereses de grupos económicos que encuentran en las políticas públicas y el establecimiento, el medio para llevar a cabo iniciativas de renovación urbana desplazando lo que se considera popular, precario e invisible. Desde esa lógica, el patrimonio es instrumentalizado como un recurso, el cual se dota de significado turístico construyendo imágenes para los viajeros que transitan de manera efímera, pero que, a la vez, son los nuevos habitantes, a los que resulta difícil diferenciarlos de los residentes (Hiernaux y González, 2014, p. 15).

Producto del pasado colonial en Colombia existen importantes centros históricos de riqueza arquitectónica que estuvieron habitados por clases privilegiadas hasta mediados del siglo XX, cuando las migraciones campesinas producto de los periodos de violencia hicieron que las élites se desplazaran a las grandes ciudades. Con el tiempo, estas zonas históricas se fueron degradando en la medida que sus propietarios no tuvieron el dinero para su adecuación y muchas entraron en deterioro (ver figura 34). Las posteriores medidas del gobierno central y las declaratorias de bienes culturales en estos centros históricos, las hicieron atractivas para los inversionistas que vieron una posibilidad de negocio, en la medida que se fueron consolidando como destinos de interés turístico, este fue el caso particular del municipio de Honda en el departamento del Tolima.

**Figura 35** Vivienda del centro histórico deteriorada.



*Nota.* Vivienda en abandono ubicada en zona de gentrificación próxima al centro histórico de Honda. Fuente: El autor.

Respecto a la generación de empleo producto de la turistificación en el proceso de patrimonialización de Honda, los informantes entrevistados manifestaron que la actividad turística es principalmente los fines de semana, pues Honda es un destino de descanso para algunos habitantes de las ciudades de Bogotá e Ibagué. Si bien se han generado empleos en la medida del crecimiento del turismo, esta mano de obra no es formal, pues solo les pagan por turnos, lo que obliga a los habitantes a diversificar sus actividades laborales en el comercio y en oficios agropecuarios. Se puede decir que en el municipio de Honda el empleo generado por el turismo es un empleo precario, estacional y sin garantías legales, lo cual es un reflejo de las condiciones a nivel nacional en las que se encuentran los trabajadores del sector. A esta problemática se le suma la amplia oferta de mano de obra de los inmigrantes venezolanos que ha repercutido en la desvalorización de la mano de obra local, pues se les contrata por debajo de la media salarial

nacional; de esa manera, locales e inmigrantes terminan en diversas actividades de subempleo e informalidad para tratar de ganarse la vida.

Los resultados de la investigación de Villavicencio (2019) muestran que el desarrollo turístico en los municipios, no implica mejor empleo o mejores condiciones laborales; todo lo contrario, la totalidad de los prestadores de servicios turísticos son microempresarios quienes contratan según los requerimientos y su capacidad instalada, ofreciendo turnos laborales sin vinculación contractual, son muy pocos los empleados que tienen contratos fijos, porque el turismo es estacional en estos municipios. Para el autor el turismo si genera empleo, pero en condiciones subnormales propias de un país del tercer mundo.

Respecto a la precarización laboral en el turismo Jover (2019) considera que es indiscutible cuestionar la capacidad que tiene el turismo para generar oportunidades laborales y vincular a un sector grueso de la población. No obstante, la mano de obra del sector en su mayoría no necesita de cualificación profesional, pues son plazas laborales para la atención operativa, sobre todo en servicio. Sumado a esto, el turismo opera bajo la lógica de la estacionalidad, particularmente en territorios que no concentran grandes infraestructuras turísticas, de esa manera, las condiciones laborales y la estabilidad se reducen significativamente. La precariedad laboral es una constante en el sector turístico, lo cual obliga a una movilidad intersectorial de los trabajadores del turismo, a la vez es un fenómeno sobre el cual poco se discute y en el que los gobiernos no quieren empezar el debate.

### ***8.1.2 Patrimonialización y turistificación: consecuencias en las comunidades y el territorio***

El tercer objetivo de la investigación pretendió analizar las consecuencias derivadas de los procesos de patrimonialización y turistificación en las comunidades y el territorio. En principio implicó comprender que todo proceso de patrimonialización debería construirse a partir de un ejercicio colegiado, participativo y vinculante, en el que las comunidades tengan un rol determinante como legítimas poseedoras de su acervo cultural. Todo esto implica que, se deba definir una plataforma para que, por medio de la planificación turística, se logre la transformación integral de la comunidad, en donde se articule la voluntad política y una voluntad de cambio colectiva buscando un equilibrio en el uso de los recursos culturales como estrategia de prosperidad social.

Los habitantes del municipio de Honda desconocen de manera unánime si el municipio ha estado inmerso en algún proceso de planificación turística en los últimos años, pues no han sido divulgadas acciones de esa índole y tampoco han sido convocados a mesas de trabajo o reuniones. Para los habitantes es difícil saber cómo se ha venido gestionando el turismo. Lo que, si tienen claro, es que, desde hace un buen tiempo, se deben estar haciendo muchas cosas en función del turismo, porque ven inversiones en infraestructura, en establecimientos y cada vez más grupos de turistas caminan las calles de Honda. En esa vía, los procesos de planificación son algo ajenos a los habitantes, no son de conocimiento público, no son divulgados, participativos o concertados. La planificación en el municipio de Honda es de carácter vertical liderada por los poderes locales quienes planifican y realizan desarrollos turísticos al margen de la comunidad.

El turismo, el territorio y la comunidad no son realidades separadas, no se puede gestionar uno de ellos marginando los otros, puesto que desencadenaría problemáticas y conflictos. Significa esto que si no hay planificación las consecuencias conexas serán muchas, en palabras de Yumisaca *et al.* (2019) desde lo ambiental, deterioro e impactos sobre los ecosistemas, desde lo social, precarización del empleo, tensiones y conflictos entre turistas y anfitriones y desde lo cultural, pérdida de identidad y explotación de recursos; y así un largo listado que termina generando decadencia del destino. Lo anterior significa que por ningún motivo los objetivos de la planificación turística sostenible deben ir en contravía de los objetivos de los desarrolladores que invierten recursos económicos en el turismo. Respecto a la gestión de los recursos culturales de un territorio:

El turismo sostenible desde un enfoque de planificación debe apostar a construir un modelo de desarrollo humano basado en el cuidado mutuo, valorando el medio ambiente, los elementos culturales y el tejido social, en una interacción participativa con una visión desarrollista de un futuro común (Martínez, 2018, p. 31).

Frente a la participación de la comunidad de Honda en el proceso de patrimonialización turística, la respuesta de la voz oficial de la administración municipal, de los operadores turísticos, de los empresarios y de la comunidad es que esa participación fue nula. El rol de la comunidad en el desarrollo turístico no es relevante, pero no porque sean apáticos a los procesos, sino porque los procesos en sí mismos, no son vinculantes. La gestión y desarrollo turístico es gestado en su totalidad por la triada comercio, empresarios e institucionalidad; en ese sentido, puede que se privilegien los intereses de unos pocos, por encima de los intereses colectivos de los habitantes.

Es de mencionar que hay acciones y programas respecto a la gestión del patrimonio cultural del municipio, una de ellas es el programa de Vigías del Patrimonio (ver figura 40) el cual se articula con las instituciones de educación secundaria para sensibilizar a los estudiantes sobre el

rescate, conservación y divulgación del patrimonio cultural local, aun así, como estrategia académica la participación sigue siendo muy pobre.

Esto concuerda con la investigación realizada por Díaz (2010) pues encontró que el desarrollo de un proceso de patrimonialización turística, no implica que sus habitantes se sientan identificados o quieran ser partícipes en su ejecución, pues en los municipios en los que se llevó a cabo la investigación, pese a que se realizó una campaña de divulgación y se instauraron mesas de participación, las convocatorias no recibieron las respuestas esperadas; es posible que los objetivos de unos actores fueran en contravía de los otros, sin posibilidad de consenso.

Desde otra perspectiva, la investigación de Salleras (2019) concluyó que una iniciativa de patrimonialización que atiende intereses particulares de enfoque económico, sin articularse a un modelo de planificación vinculante, concertado y participativo; implicará que los efectos negativos impacten de manera directa a las comunidades. La experiencia de Malilínco, lugar en el que se desarrolló la investigación evidenció que la patrimonialización político-empresarial se constituyó en un dispositivo de reproducción de desigualdades, que desencadenó diversas formas de violencia en relación con las comunidades. Lo anterior coincide con lo que proponen Doreste (2021) en tanto que la patrimonialización desvinculada de un proceso de planificación incluyente y participativo, se transformará en un agente multiplicador de desigualdades, que apartará el patrimonio de sus propios habitantes en la emergencia de definir una identidad regional a expensas posiblemente de la invisibilización de otros.

La intervención de los poderes políticos y económicos en los procesos de patrimonialización turística pueden ser procesos que resulten selectivos y excluyentes, en relación a los bienes y manifestaciones culturales presentes en el territorio. Un análisis profundo en el contexto de la patrimonialización de Honda mostraría que la comunidad fue subordinada en un proceso premeditado, en un discurso de la valoración y la conservación cultural, en donde se

definió que debía ser valorado y conservado como recurso patrimonial para el turismo; a la vez que se buscó la construcción de un ideario de identidad cultural prefabricado según los intereses de las élites locales. Algunas manifestaciones del patrimonio inmaterial han sido alteradas o modificadas según la conveniencia de quienes gestionan sus celebraciones cada año; desde la percepción de habitantes, operadores turísticos y gestores culturales, cada año se eliminan actividades tradicionales orientadas a los locales y se sustituyen por otras actividades artificiales orientadas a los turistas.

Se invisibilizan prácticas culturales “populares” para instaurar otras prácticas de entretenimiento que están más cerca a la realidad de los turistas. Ejemplo: en el Carnaval Cultural y Reinado Popular de la Subienda del año 2022, de la programación salieron las actividades con los pescadores de canoa (ver figura 35) allí ellos mostraban sus habilidades de pesca y los diferentes elementos que se utilizan en las faenas diarias. En la programación esto fue sustituido por deportes de aventura como: acrobacias en motos náuticas y competencias de lanchas rápidas.

**Figura 36** Canoas para la pesca artesanal en el Rio Magdalena.



*Nota.* La pesca es una de las actividades autóctonas tradicionales del municipio y es fuente de recursos y seguridad alimentaria para cientos de habitantes. Fuente: El autor.



De la misma manera, se incluyeron nuevas actividades como: conciertos de música sacra en la catedral del municipio, exposiciones de arte, como vitrina comercial de artistas foráneos, conciertos de balcón y cartelera de cine con cortometrajes y conversatorios. De esa manera, se reivindicaron ciertas morfologías patrimoniales asociadas a un pasado histórico de colonos e inmigrantes europeos, principalmente desde la arquitectura y la historia, a expensas de la invisibilización de manifestaciones inmateriales asociados a los saberes mestizos. La patrimonialización fue un proceso selectivo y excluyente en donde la cultura popular de los marginados: indígenas, afrodescendientes, campesinos e inmigrantes quedó por fuera de toda activación patrimonial.

...un análisis profundo en los contextos de la patrimonialización mostraría que contribuye significativamente a la exclusión y fragmentación, a la subordinación de las comunidades, a los desarrollos selectivos, a las desigualdades sociales y finalmente a la pérdida de identidad cultural. La patrimonialización desde los intereses económicos, es contraria a la patrimonialización para la reivindicación y la valoración. El actual escenario es conflictivo, pues va en contravía de los intereses económicos con los objetivos de salvaguardia (Morel, 201, p. 45).

Los hallazgos realizados por Zúñiga (2018) en donde se analizó la etnicidad y la cultura asociada a la patrimonialización en el estado de Hidalgo México, concuerdan con lo hallado en esta investigación. En donde el discurso de la salvaguardia asociado a intereses económicos de desarrolladores turísticos fomentan la patrimonialización de manera selectiva priorizando lo arquitectónico y monumental de su pasado colonial, a la vez que excluye las manifestaciones culturales de la comunidad indígena, que de manera excepcional reivindica su gastronomía, pero desconoce las demás expresiones culturales, de cualquier manera, una patrimonialización selectiva.

La exclusión étnica es una realidad en el municipio de Honda y no es un fenómeno reciente, pues desde los relatos históricos ya era un hecho tanto en el periodo de colonia como desde la conformación de la república. No obstante, el proceso de patrimonialización turística evidenció

una exclusión cultural más selectiva tanto en los bienes materiales como en los simbólicos y en la imposibilidad de participar en las esferas políticas, económicas, culturales e institucionales. La invisibilización de las manifestaciones culturales asociadas al folclor, tradiciones costumbres, mitos, leyendas, medicina tradicional, prácticas religiosas, artesanía, entre otras, denota una intencionalidad por parte de los desarrolladores turísticos de reivindicar ciertas morfologías culturales a expensas de otras.

Cierto es que el turismo en el municipio de Honda se ha fortalecido en la última década y desde la percepción de los locales mucho más después de la pandemia. La patrimonialización turística de Honda revitalizó un destino que por décadas experimentó un declive, frente a otros destinos renovados y con ofertas alternativas. Para los locales, se evidencia una evolución en la oferta pasando de un tradicional turismo de balneario antes de la década del 2000, a la consolidación de un turismo cultural, que si bien no queda claro para los locales como se ha logrado, si lo ven como algo positivo por todos los beneficios que pudiera llegar a generarles, aunque por el momento no sean tan tangibles.

Ahora bien: el posicionamiento de Honda como destino turístico cultural, sus condiciones de clima, su centro histórico y su paisaje natural, también lo han hecho atractivo como residencia permanente para personas con capacidad económica alta que compran viviendas de descanso en el centro histórico y al alrededores (ver figura 36). Estas nuevas migraciones han generado un incremento significativo en el costo de las viviendas forzando la venta por parte de los locales, con atractivas ofertas y a la vez limitando las posibilidades de lo locales que aspiran a comprarlas. A esta situación se suma la especulación en los precios de bienes y servicios que afecta a la población local encareciendo su costo de vida, lo cual genera su desplazamiento forzado a lugares cercanos

más económicos. Estos cambios económicos y demográficos han acentuado las diferencias sociales en el municipio de Honda.

**Figura 37** Vivienda privada de descanso.



*Nota.* La gentrificación de Honda ha dado paso a la revitalización urbana con la llegada de foráneos con capacidad adquisitiva de compra. Fuente: El autor.

Lo anterior concuerda con la investigación realizada por Vélez (2015) quien encontró que en el municipio de Barichara Santander posterior a la declaratoria de municipio más lindo de Colombia y Bien de Interés Cultural, el turismo cultural se consolidó logrando llegadas masivas de turistas, lo cual, de manera paralela, incentivó la compra de viviendas en el centro histórico como residencia permanente de políticos, artistas, académicos y empresarios; esto desencadenó especulación en los precios e incremento en el costo de vida de la población local, lo cual derivó, en tensiones y conflictos que hasta el día de hoy se mantienen. La equidad social debería ser el fin

último en todo proceso de planificación turística, pues todo desarrollo turístico debe conducir a mejorar la calidad de vida de las comunidades.

En esa misma línea, se deben trazar los lineamientos que permitan la reducción de los efectos negativos que ocasiona el turismo en el medio ambiente, la comunidad y su patrimonio. Es pertinente superar el discurso político y que esos principios se constituyan en la bitácora que guíe el desarrollo turístico de los territorios. En el marco del turismo sostenible, los habitantes del lugar construyen la identidad territorial, a partir de su sentimiento de pertenencia que genera seguridad emocional, por lo cual, si en un proceso de planificación turística la comunidad carece de arraigo y sentimiento de identidad, se deberán diseñar estrategias para reforzarlo, pues a mayor pertenencia de la comunidad mayor participación (Pérez y Páez, 2014, p. 15).

## Capítulo IX. Reflexiones finales

### 9 La patrimonialización turística: una cuestión de intereses

Todo proceso de patrimonialización implica un acto administrativo mediante el cual, un bien o una manifestación cultural, es seleccionado y declarado como patrimonio susceptible de ser transformado en un producto que pueda ser sujeto de transacción en el mercado turístico. Es por esto que su estatus queda supeditado a los intereses de apropiación, una suerte de instrumentalización de la cultura, por parte de quienes ostentan el poder de inversión y por ende, el poder de decisión. La patrimonialización es una cuestión de intereses, que, en el caso de Honda, van en contravía, pues no se coincide entre lo que quieren los poderes políticos, económicos e institucionales y lo que realmente necesitan sus habitantes respecto a lo importante, identitario y simbólico frente a sus activos patrimoniales. Esto coincide con lo que dice Prats (2009) pues para él ninguna activación patrimonial es neutral o inocente, pues los discursos que se ha construido en torno a la patrimonialización han sido elaborados por individuos e instituciones concretas que tienen intereses concretos.

Honda fue declarada Monumento Nacional en 1977 ingresando a ser parte del patrimonio cultural colombiano y por medio de un plan especial de manejo y protección, se le dotó de los instrumentos jurídicos para garantizar su protección y conservación delegando en la alcaldía municipal su administración y uso. Para la Dirección de Turismo del municipio de Honda, quien es el organismo institucional que gestiona el centro histórico, el interés máximo de la alcaldía es poner en valor ese patrimonio dejando claro que se pretende movilizar el mayor número de turistas para multiplicar los ingresos económicos del municipio.

Desde esa perspectiva, se construyó el discurso de la identidad cultural tolimense para proyectar la imagen comercial y a la par seleccionar los bienes culturales que harían parte de esa oferta turística, esta imagen construida se proyecta en medios impresos y digitales los cuales se centra únicamente en lo histórico y arquitectónico, en el que juegan un papel preponderante el Museo del Río Magdalena, el Museo de Alfonso López Pumarejo (expresidente de Colombia), capillas, iglesias y las construcciones con arquitectura colonial, calles, plazas y alamedas empedradas del perímetro del centro histórico. Esto coincide con el trabajo de Díaz (2010) quien pudo evidenciar la relación entre la patrimonialización y la emergencia en construir una identidad regional, a partir de relatos artificiales que de manera parcializada pretenden construir una memoria de ciertos sectores a expensas de la invisibilización de otros.

Desde esa perspectiva, para que algo sea considerado patrimonio dependerá del momento histórico del territorio y ese patrimonio tendrá la facultad de intervenir esa realidad, por esto, el patrimonio no necesariamente guarda correspondencia con las identidades locales y no implica que sus habitantes se sientan identificados, pues como en el caso de Honda, la patrimonialización se articula a políticas no participativas que excluyen la identidad territorial para instaurar una cultura artificial. Uno de estos ejemplos es el caso particular del Magdalena Fest; un festival que fue creado en el año 2018 por la Cámara de Comercio de Honda con el propósito de dinamizar la economía creativa, turística y cultural del territorio; en esencia, un evento con propósitos económicos.

En el marco del evento se desarrollan actividades en torno a la arquitectura e historia asociada a la navegabilidad del río. El festival está orientado a los turistas con actividades específicas como: talleres gastronómicos, espacios para el cine arte y conversatorios, exposiciones artísticas de pintura y escultura, obras de teatro, música sacra y deportes náuticos en el río. La cultura popular, lo tradicional e identitario, queda por fuera del calendario del evento, porque al

igual que los turistas, los locales también terminan siendo meros espectadores de unas acciones culturales con las cuales poco se identifican.

La patrimonialización en el municipio de Honda es un proceso selectivo que se ha configurado por dos élites locales, en primera instancia, por el poder político (gobernanza) y en segunda instancia por el poder económico (empresarios y comerciantes), teniendo en cuenta la particularidad, que, en Honda al ser una élite reducida, se suelen alternar entre lo uno y lo otro. A juicio de los locales y a partir de la información obtenida en las entrevistas, las élites económicas o los “ricos” del municipio son siete familias, que por generaciones se han dedicado a la agricultura la ganadería y actualmente al comercio, siendo dueños de establecimientos comerciales de diversa índole, entre ellos, la mayoría de la infraestructura turística del municipio (ver figura 37).

En esa vía, desde las opiniones de los locales, el poder económico lo han usado frecuentemente como trampolín para acceder a cargos políticos como las alcaldías, los consejos y las direcciones administrativas, a juicio de los locales siempre son los mismos. Consideran que por décadas no ha habido cambios reales sino relevos políticos generacionales, lo cual es un reflejo del poder político en Colombia que es manejado por clanes familiares y grupos económicos.

**Figura 38** Hotel las Trampas. Honda Tolima



*Nota.* El hotel las Trampas es el más importante del municipio y un referente de revitalización urbana y restauración arquitectónica con fines turísticos. Fuente: El autor.

Estas élites se muestran como un todo homogéneo y representativas del municipio, permitiéndose suprimir lo que consideran no deseable, o lo que no encaje en el ideario de pueblo histórico, turístico y patrimonial, pues como menciona Suremain (2017) se busca construir espacios exclusivos de consumo “civilizados” y “Civilizatorios”.

En este proceso la Cámara de Comercio de Honda es un actor relevante con influencia a nivel local, regional y nacional, que a la vez sirve de puente entre lo institucional y lo empresarial gestando alianzas para el desarrollo turístico. Frente a las limitaciones económicas de la administración municipal para invertir en el patrimonio local, el capital privado se presenta como “redentor” que desde un acto “altruista” decide intervenir en los procesos de conservación y



divulgación de la cultura de Honda eso sí, en la medida de las posibilidades en las que se pueda obtener un retorno de inversión.

La política en Colombia y particularmente, al interior de los territorios tiene poderes amplios que permean todas las actividades productivas, esta situación no es diferente en el municipio de Honda, pues es la política la que determina el curso de desarrollo de estos territorios, en ese proceso, es natural que el turismo también resulte permeado por los intereses particulares que de él resultan. La política en Honda está estrechamente ligada al poder económico y los dos se combinan para determinar de qué manera ha de desarrollarse el turismo. Por lo cual, resulta interesante, como desde la opinión institucional se desmiente y se niega cualquier tipo de influencia o participación política en el desarrollo de la actividad, cuando la percepción general de todos los actores es que el turismo y los empresarios involucrados actúan de manera conjunta desde una perspectiva de negocio en la cual, los mayores beneficiados pertenecen a estos dos grupos, puesto que uno no opera sin el otro.

La política en el municipio de Honda está vinculada a los poderes dominantes y el partido que se muestra hegemónico desde las dos últimas décadas es el Centro Democrático, el cual es un partido de derecha liderado por el expresidente Álvaro Uribe Vélez. Este partido tiene influencia y peso importante en el municipio, a la vez que capacidad para movilizar recursos económicos en las campañas políticas y así hacerse al poder como ha sucedido con las últimas cinco administraciones de Honda. Claramente, como lo expresaron habitantes, operadores turísticos, comerciantes y académicos entrevistados, las élites económicas constituidas por los empresarios están estrechamente relacionados con las actividades políticas y utilizan la Cámara de Comercio como plataforma para sus actividades, por lo cual, se evidencia una relación directa en el proceso de patrimonialización de Honda en el periodo que ha gobernado el partido Centro Democrático.

En la patrimonialización de Honda la injerencia del sector empresarial es indiscutible y reconocida por la directora de la oficina de Cultura y Turismo del municipio, pues hay una clara intención de uso del patrimonio con fines turísticos, puesto que se realizaron importantes inversiones desde el sector hotelero gastronómico y de entretenimiento. En ese sentido, se puede decir que uno de los mayores beneficiados con la patrimonialización de Honda es el sector empresarial y comercial, en un esfuerzo combinado con el poder político para instrumentalizar el patrimonio cultural con fines particulares.

Lo anterior coincide con los hallazgos de Sánchez (2015) quien evidencia que la patrimonialización reproduce relaciones de poder y sus respectivas asimetrías, pues son los poderes los que por juicio casi que unilateral definen que se reconoce y que no, que queda subordinado y que no y, sobre todo, cuales desaparecen, dando vía libre al juego de las jerarquías, no sin antes tener las validaciones jurídicas respectivas. De esa manera, el patrimonio tiene una función geopolítica y los marcos normativos de gestión cultural se encuentran subordinados a los poderes tradicionales, de tal suerte, el discurso de la patrimonialización termina siendo una estrategia de control territorial para encausar intereses capitalistas que buscan beneficios y generación de rentas.

De esa manera también las representaciones culturales de los agentes locales son susceptibles de ser utilizadas a conveniencia, pues están integradas en los discursos globales de la diversidad cultural de los pueblos y esos reconocimientos se constituyen en medios de legitimación para su uso en el denominado turismo cultural Prats (2015). El turismo al igual que los poderes políticos y económicos del municipio de Honda, son una maquinaria dominante que segrega e instrumentaliza a los agentes locales concibiéndolos únicamente como sujetos operativos en un engranaje más de la industria turística predispuestos para la prestación de servicios y satisfacción de la demanda.

### **9.1 Del turismo, el patrimonio y la legitimación del poder**

El poder político en el municipio de Honda está representado por la administración municipal que delega las responsabilidades del turismo y la cultura en la oficina denominada: “Dirección de cultura y turismo”. Los objetivos que se tienen desde allí son muy claros, pues lo que se busca es el reconocimiento del municipio como un destino histórico, cultural y arquitectónico y a partir de ese reconocimiento movilizar flujos turísticos, para que a partir de ese patrimonio se estimule el consumo de bienes y servicios y así alcanzar el anhelado desarrollo turístico. En ese propósito se utiliza como plataforma la imagen idealizada de pueblo colonial, desde la legitimación que le otorga el pertenecer a la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia, como iniciativa gubernamental nacional.

Es de advertir que los principales promotores para que Honda integrara la Red de Pueblos Patrimonio fueron en su momento las formas de poder local, por un lado, la administración municipal que representa la gobernanza y, por otro lado, el aparato empresarial y comercial del municipio. Este reconocimiento al municipio de Honda le representó hacer parte de la estrategia publicitaria del Viceministerio de Turismo posicionándolo como un destino cultural representativo a nivel nacional, esa patrimonialización terminó siendo una acción ambivalente pues el objetivo de buscar la valoración y apropiación del patrimonio terminó por conferirle dos usos distintos, por un lado, el social de carácter mucho más político, al integrar la comunidad y los viajeros en la apropiación cultural y la valoración simbólica del pasado común y por el otro lado, el uso mercantil mucho más económico, con la llegada de establecimientos hoteleros, gastronómicos, bares (ver figura 38) discotecas, tiendas de artesanías, entre otros.

**Figura 39** Restaurante Bar. Honda Tolima



*Nota.* El centro histórico de Honda viene consolidando una importante oferta de servicios gastronómicos y de entretenimiento producto de su desarrollo turístico y cultural. Fuente: El autor.

En esa perspectiva, como menciona Sequera (2017) es también una forma de privatizar los espacios de alto valor sociocultural mediante la canalización de recursos públicos para beneficio de los privados. Si bien el patrimonio puede ser activado por cualquier agente social la realidad muestra que solo lo pueden hacer aquellos que ostenten el poder político y económico, así entonces se identifica un acceso y uso diferencial de los beneficios del patrimonio, lo cual termina alterando las relaciones de poder porque finalmente los beneficios tangibles resultan para unos pocos.

Es evidente que el patrimonio dejó de ser un elemento neutro para pasar a ser un activo de uso e instrumento discursivo de las élites económicas y políticas, quienes la utilizan como una estrategia de influencia ideológica en el propósito de cumplir objetivos definidos, en términos de la legitimación patrimonial.

La activación del municipio de Honda en la Red de Pueblos Patrimonio llevó a un proceso de patrimonialización en el cual el poder político y económico local, buscó la mercantilización de la identidad colectiva de los Hondanos, lo cual permite comprender como hay una sintonía respecto a los procesos globalizadores de la cultura, los cuales son motivados por las políticas y declaratorias de los marcos jurídicos de orden nacional e internacional.

Lo anterior es corroborado por Villavicencio (2019) quien en su investigación llega a concluir que la patrimonialización de los territorios obedece a un proceso de instrumentalización político-económico de todo el aparato cultural local, para que por medio del turismo, se adapte la infraestructura necesaria para ser comercializados desde marcas locales, regionales y país, por lo cual estas declaratorias y reconocimientos objetivan la cultura como elemento de transacción, negociación y consumo, pues como recurso estratégico, si se gestiona de manera eficiente cumple con los intereses de sectores diversos. Así mismo se reafirma en lo encontrado por Díaz (2010) quien menciona que la patrimonialización atiende a un juego de poder en la administración y negociación de los recursos culturales, en donde determinados expertos de la gestión cultural utilizan las políticas públicas como plataforma para obtener declaratorias en el ámbito local y alinearse a los discursos de la protección y la valoración cultural.

## **9.2 Tensiones y conflictos asociados al patrimonio y el turismo**

La patrimonialización en Honda busca ser argumentada sobre la base del respeto mutuo entre los actores involucrados, habitantes, turistas, comerciantes, gobernanza, entre otros. Desde el discurso oficial se presenta como una posibilidad real de generar prosperidad a los locales y de reafirmación de la identidad desde sus bienes y manifestaciones culturales que los identifica. Lo

cierto es que sucede todo lo contrario, pues se ha generado resistencia y aversión al proceso de patrimonialización de Honda, puesto que está asociado a la gestión de una clase política tradicional y a unos “oligarcas” que ostentan el poder económico en el municipio, los cuales son reconocidos por sus habitantes. De esa manera, se percibe el turismo en el municipio como una iniciativa político-empresarial, en la que los mayores beneficios son para esos gestores que pertenecen a esas élites, y para los locales quedan las “migajas” y todos los problemas asociados a un turismo que comercializa su identidad y cultura.

En el contexto actual del municipio de Honda el patrimonio y el turismo son escenarios de tensiones y conflictos respecto a sus usos y beneficios y, sobre todo, respecto a la visión de lo que significa el patrimonio local (ver figura 39), en la dicotomía entre la “cultura tradicional” y la “cultura popular”. En el proceso de patrimonialización de Honda pareciera que solo tiene valor lo tradicional asociado al relato y a la construcción del discurso de las élites políticas y económicas que tuvieron injerencia directa en ese proceso, quienes a su vez privilegian lo material, en lo arquitectónico y monumental asociándolo al discurso del progreso y a un pasado glorioso que permitió el crecimiento y protagonismo del municipio, a partir del comercio fluvial en los periodos colonial y republicano, lo cual a su vez contribuyó al progreso del país. Esto coincide con lo que mencionan (Vergori y Arima, 2020) que en la patrimonialización se privilegia lo monumental y lo histórico que encuentra relación directa con las élites que usualmente es una construcción artificial.

Un elemento central a tener en cuenta es que la patrimonialización de Honda tiene su perímetro definido en el centro histórico, el cual se encuentra bajo jurisdicción de la administración municipal y este a su vez queda supeditado a los intereses de los empresarios que son dueños de construcciones y los establecimientos que ofertan los bienes y servicios turísticos.

**Figura 40** Pescador Artesano. Honda Tolima



*Nota.* Pescador artesanal tejiendo una atarraya para la faena de pesca a orillas del río Magdalena. Fuente: El autor.

De otro lado, la cultura popular y el folclor no es de mucho interés para el proceso de patrimonialización actual evidenciando que hubo un ejercicio de selección para incluir unos elementos culturales y para apartar e invisibilizar otros. La patrimonialización del municipio no incluyó los relatos, las tradiciones y la identidad cultural de los indígenas, afrodescendientes, campesinos e inmigrantes, pues toda forma cultural inmaterial de estos grupos quedó segregada en el proceso. Desde esa perspectiva, quedaron en el margen campos importantes del patrimonio cultural inmaterial como la producción tradicional, los cuales son conocimientos valiosos de las comunidades locales, que han sido legados por generaciones tales como: la tradición agropecuaria, las actividades pesqueras asociadas al Río Magdalena, los sistemas comunitarios de intercambio,

el conjunto de técnicas saberes y tradiciones asociados a la elaboración de objetos artesanales; conocimientos y técnicas tradicionales asociadas al hábitat, la cultura culinaria producto del mestizaje de europeos, indígenas y africanos, prácticas religiosas y medicinales tradicionales, ferias y fiestas populares, entre otras.

Es de advertir que, si bien existen algunas acciones aisladas por parte de la administración municipal en torno a la gastronomía, la artesanía, el folclor y las costumbres particularmente desde la tradición campesina, estas fueron gestionadas por la Casa de la Cultura y no integradas en el proceso de patrimonialización turística realizado por las élites políticas y económicas del municipio. En consecuencia, una disyuntiva dicotómica respecto a lo que los poderes locales consideran que debe preservarse en relación a la historia local por contar, de cualquier forma, selectiva e impositiva y, por otro lado, la invisibilización de lo que no es representativo o no cabe en el discurso instituido legitimado desde las políticas culturales.

Todo esto lleva a entender que se ha construido un espacio patrimonial en el municipio de Honda el cual es foco de tensiones y resistencias desde dos perspectivas distintas: por un lado, el centro histórico transformado como espacio económico adaptado a nuevas funcionalidades turísticas con inversiones desde el capital privado y apalancado en las políticas públicas de gestión cultural y por el otro lado, un espacio configurado en la base histórica, en la que hacen presencia sus actuales herederos y custodios legítimos, lo cual conlleva a una fractura en el uso social y democrático del patrimonio por parte de los habitantes.

Estos resultados son corroborados por Vélez (2015) quien en su investigación llega a concluir que la patrimonialización genera conflictos, segregación y acentúa diferencias sociales pues si bien tiene la capacidad de generar encuentros en las personas socialmente homogéneas también tiene la capacidad de generar diferencia desde lo heterogéneo en torno a las prácticas turísticas a partir del patrimonio cultural de un pueblo en común. Así también Zúñiga (2018) en su



investigación concluye que todo proceso de patrimonialización es una construcción sociocultural elaborada por unos determinados actores sociales que representan formas de poder local, regional y nacional; estos atienden a fines específicos de dominación en un espacio temporal específico y terminan en conflictos sociales por su uso y pertenencia.

La patrimonialización en el municipio de Honda ha surtido efecto, es un proceso de años que se ha consolidado en un destino predispuesto para el consumo cultural y recreativo (ver figura 40), que viene cumpliendo con los objetivos que en principio fueron trazados; la generación de recursos económicos y el posicionamiento del municipio como destino turístico de orden cultural. Se hace evidente que solo hasta hace muy poco algunos actores locales han tomado un papel activo y preponderante respecto a la resistencia y postura crítica al modelo turístico instituido, se puede percibir una visión patrimonialista y democrática de alto valor simbólico, en la cual, se rechaza la apropiación física y simbólica del patrimonio común, en beneficio de los poderes locales, pues empiezan a surgir movimientos de resistencia que son detractores del actual modelo turístico de Honda, en donde se pretende que la plusvalía del patrimonio contribuya al fortalecimiento de la identidad local y a la distribución equitativa de sus ingresos.

**Figura 41** Turistas en temporada de vacaciones. Honda Tolima



*Nota.* La patrimonialización de Honda y el marketing turístico han logrado movilizar un importante flujo de viajeros cada fin de semana. Fuente: El autor.

En el municipio de Honda, el patrimonio cultural y el turismo son los nodos de conflicto y se entiende, porque hacen parte de la actividad humana que construye una forma de “cultura viva”, la cual no es estática, sino todo lo contrario, cambia y evoluciona, está en constante transformación y renovación permanente. La identidad local hondana está amenazada por intereses supralocales de instituciones públicas y privadas, lo cual representa una amenaza para los habitantes frente a la pérdida del control en las decisiones de la gestión patrimonial local por causa del poder político y económico.

## Conclusiones

Esta tesis analizó el proceso de patrimonialización que se gestó en el municipio de Honda entre los años 2010 - 2022 a partir de sus bienes y manifestaciones culturales, en el contexto de las dinámicas políticas y económicas en los cuales se han privilegiado los intereses del mercado turístico. Esta investigación demostró que la patrimonialización está articulada a los intereses económicos y a los poderes hegemónicos de orden regional, que buscan potenciar los recursos culturales de los territorios en función de movilizar capitales y rentas para la consolidación de estructuras comerciales, turísticas e inmobiliarias. Todo este despliegue se realiza amparado en poderosas herramientas discursivas patrimoniales de la conservación, la protección y el afianzamiento de la identidad común de los locales. Una de las pretensiones de este trabajo es mostrar como la patrimonialización es un proyecto estratégico y geopolítico de apropiación, en el que el patrimonio es subordinado y avasallado para gestionar y controlar el territorio y como consecuencia, se generan violencias simbólicas en la comunidad, a partir del uso y apropiación del territorio bien sea que estén involucrados o no.

Desde esa perspectiva, la construcción del patrimonio resulta algo conflictiva, en tanto que son diversos los intereses que se entrecruzan principalmente los políticos y económicos, los cuales determinan las estructuras de dominación territorial. Es de advertir que, se evidencia una emergencia frente a la necesidad de construir identidades regionales departamentales y locales, con el concurso y participación de expertos en política cultural. Todo esto se apoya en la descentralización política y administrativa que ha otorgado poder de decisión a los entes territoriales respecto al manejo y gestión de su patrimonio cultural y fundamentalmente, el acceso a los recursos económicos.

La patrimonialización de Honda mostraría que existe una doble agenda, que por un lado tiene las pretensiones de salvaguardar y proteger los activos culturales del territorio desplegando las capacidades de los entes político-administrativos y, por otro lado, las pretensiones de mercado, haciendo del patrimonio una economía cultural en la que se articulan los aparatos económicos y comerciales. De esa manera, se presenta el turismo como un agente transversal capaz de unir dos agendas que parecen distintas a partir del desarrollo y el bienestar colectivo. El turismo es una oportunidad para los territorios que son poseedores de activos naturales y culturales relevantes y las comunidades en general son conscientes de eso, de tal manera que, siempre se muestran dispuestas en la medida que sean integradas en procesos de planificación y gestión territorial turística. Incluso sin advertir las consecuencias de que sus bienes y manifestaciones culturales sean usurpados y explotados por agentes foráneos, que los conciben como oportunidad de negocio para integrar esas morfologías culturales en las dinámicas de globalización y mercado resultando muy afectados los saberes mestizos de los grupos étnicos.

Respecto al primer objetivo específico, la presente investigación identificó los distintos actores que se ven implicados en los procesos de patrimonialización turística analizando el conjunto de relaciones y tensiones suscitadas a partir de los intereses de cada sector en relación con los beneficios del turismo. La evidencia surgida de este estudio sugiere que el sector empresarial y comercial es el actor determinante en el proceso de patrimonialización turística con fines mercantiles, pues dinamiza su aparato económico y poder de influencia al servicio de la iniciativa turística, para hacerse con el uso y control de los bienes y manifestaciones culturales del territorio. A partir de la delimitación de una zona de desarrollo especial para la cultura y el turismo, se construyen los andamiajes comerciales objeto de inversión del capital privado. De esa manera, la activación turística y patrimonial de Honda demostró que tiene un carácter asimétrico, pues está influenciada por intereses específicos de unos pocos, en detrimento de los intereses colectivos de

los habitantes, una suerte de segregación, en tanto que, los beneficiados se encontrarán en el marco del centro histórico y los que estén por fuera de esos límites no tendrán nada; no solo es una división física y económica, sino también una división simbólica.

Los poderes políticos articulados con el sector empresarial tienen la capacidad de instrumentalizar las políticas públicas de gestión patrimonial y de esa manera, llevar a cabo una estrategia de revitalización turístico-cultural. El concurso institucional posibilita la intervención de los bienes patrimoniales y su respectiva activación turística desde un proceso selectivo y cerrado, en el que de manera mancomunada empresarios y gobernanza definen que debe ser reconocido como patrimonial, para proceder a crear los instrumentos normativos desde los cuales se pueda ejercer su control. Desde esa perspectiva, una patrimonialización turística que únicamente tenga pretensiones económicas, va en contravía de una patrimonialización que pretenda la valoración, la conservación y la educación cultural, como posibilidad de cimentar la identidad colectiva de sus habitantes. En la medida que se antepongan los intereses económicos de unos pocos, con los intereses colectivos de una comunidad, todo proceso de patrimonialización será foco de tensiones y conflictos entre sus múltiples actores.

Con relación al segundo objetivo específico, esta tesis identificó las dinámicas comerciales y mercantiles que son motivadas y llevadas a cabo por la actividad turística en el territorio, dando lugar a la turistificación del destino una vez ha sido objeto de patrimonialización. Desde esa perspectiva, el turismo se presenta como algo ambivalente en relación a lo que evidencia esta tesis, en tanto que, en el proceso de patrimonialización institucional construye un discurso en torno a la revaloración, la conservación y la identidad local, a partir de los bienes y manifestaciones culturales locales. Estos tienen una orientación al consumo para empaquetarlos como mercancía cultural en un mercado que demanda experiencias turísticas alternativas. Pero queda en evidencia que estos fines de conservación y salvaguardia al no estar legitimados por la comunidad, se reducen

únicamente a una experiencia de consumo contraria a los propósitos iniciales. Es evidente que los procesos de patrimonialización turística que se gestan desde las gobernanzas y que se articulan con los poderes locales, están directamente relacionados con los procesos de globalización, en donde el patrimonio y la cultura se reducen a objetos de transacción y consumo desde el enfoque de mercado cultural. Es desde allí, donde el turismo tiene un rol determinante, puesto que, redefine y propicia nuevos usos del patrimonio y la cultura en relación con intereses específicos de quien los gestiona.

La patrimonialización turística que tiene propósitos económicos usualmente beneficia a comerciantes y empresarios vinculados con el negocio del turismo entendiendo que esos beneficios son selectivos y el desarrollo derivado de él, solo llega al destino que se quiere desarrollar. De esa manera, los resultados de esta investigación apoyan la idea de que la patrimonialización turística llevada a cabo en Honda es una forma de reproducción de las desigualdades que han imperado históricamente en este territorio. Para ellos, el poder político y económico son vistos como estructuras de dominación, de ahí que el turismo tenga una naturaleza conflictiva para aquellos que se ven lejanos a los réditos que de este se derivan.

Esta tesis confirma que la patrimonialización conduce posteriormente a un proceso de turistificación estableciendo una dinámica de mercado, en torno a los atractivos culturales que la han posicionado como un destino de interés, de la cual, resultan beneficiados los actores vinculados directamente en la comercialización de productos y servicios turísticos. Esto se corresponde con importantes inversiones económicas de los empresarios, para la adaptación, mantenimiento y construcción de establecimientos que atiendan la demanda creciente de viajeros. De esa manera se logra la rentabilidad económica, que también se capitaliza como rentabilidad política, desde la cual, se afianzan los poderes locales hegemónicos. Así entonces, la turistificación es producto de una acción planificada y concebida en la que se integran agentes comerciales, empresariales e

institucionales buscando la transformación urbana y el desarrollo económico a partir del turismo, haciendo del patrimonio un insumo fundamental para la gestión del territorio.

La turistificación se puede comprender como un fenómeno social y cultural dadas sus implicaciones, pero a la vez, también se puede contemplar como un fenómeno empresarial mediante el cual, se construyen estructuras productivas para hacer del patrimonio y el turismo una fuente de recursos económicos. Queda en evidencia que el patrimonio cultural es el engranaje fundamental de toda apuesta comercial turística. En esa perspectiva, las comunidades se dividen respecto a los que consideran que el turismo genera importantes aportes económicos, que contribuyen a mejorar la calidad de vida y por el otro lado, los que consideran que es una forma de explotación de los recursos culturales que termina derivando en impactos de diversa índole que pueden llegar a ser irreversibles.

Esta investigación en su tercer objetivo específico analizó las consecuencias derivadas de los procesos de patrimonialización y turistificación en las comunidades y el territorio, estableciendo que la intervención de las comunidades suele ser nulas, puesto que se desarrollan desde modelos tradicionales verticales, los cuales, en la mayoría de los casos son selectivos, herméticos y no vinculantes con los locales. Los procesos de turistificación se gestan únicamente con los comerciantes, los empresarios y la gobernanza atendiendo intereses particulares a expensas de los intereses colectivos de los habitantes. De ahí que las personas no se sientan parte de estos procesos, o identificados con las iniciativas turísticas, pues sienten que los intereses de unos y otros actores van en contravía haciendo del turismo, el patrimonio y el territorio realidades separadas que se constituyen en focos de conflicto. No es de extrañar que los procesos de patrimonialización deriven en problemáticas que reproducen las desigualdades de sus habitantes en la medida que no son horizontales, incluyentes y participativos.

Esta investigación permite corroborar la primera hipótesis inicialmente planteada respecto a que si existe una relación entre los intereses de los poderes políticos y económicos regionales que instrumentalizan sus acciones por medio del turismo, mimetizando sus intenciones en un producto turístico de connotaciones culturales.

En el caso del municipio de Honda el proceso de patrimonialización estuvo motivado por propósitos económicos y gestado por poderes hegemónicos, que como quedó demostrado en esta tesis, han desconocido los objetivos de la política cultural colombiana respecto a los usos sociales del patrimonio y su articulación con el turismo, como una vía para lograr la salvaguardia, protección, conservación, sostenibilidad y divulgación del patrimonio cultural de los colombianos. La instrumentalización y avasallamiento de las políticas públicas respecto a la gestión del patrimonio cultural queda en evidencia, pues la forma de legitimar un proceso de patrimonialización, es por un lado, desde la articulación con las políticas públicas independiente de que los procesos sean transparentes o no, y por otro lado, lograr que una comunidad se sienta identificada con estas iniciativas, para las cuales se construyen narrativas y retóricas propias, para lograr vincularlos a un sentimiento común de valoración cultural y reivindicación de la identidad colectiva.

De la misma manera y producto de esta investigación, se corrobora la segunda hipótesis planteada respecto a que la patrimonialización cultural articulada al turismo se constituye en un instrumento que legitima y refuerza identidades y narrativas selectivas imponiendo un discurso cultural que ha sido amañado y oficializado, para desconocer otras morfologías culturales de aquellos que son considerados inferiores, apartándolos y marginados del discurso establecido.

La patrimonialización turística de manera premeditada construye discursos en torno a la conservación y la divulgación cultural con fines turísticos. Al ser procesos cerrados y selectivos, se define de manera unilateral que debe ser valorado y activado turísticamente, de tal forma que se



reivindiquen ciertos bienes y manifestaciones culturales asociados al pasado histórico de colonos e inmigrantes europeos, haciendo de la historia y la arquitectura su mayor activo turístico. De manera paralela, se marginan e invisibilizan manifestaciones asociadas a los patrimonios mestizos. De esa forma, los valores culturales de los afrodescendientes, indígenas y campesinos presentes en Honda no fueron tenidos en cuenta en la construcción del turismo cultural. Estos desarrollos excluyentes y selectivos han contribuido a la pérdida paulatina de identidad cultural, generando desigualdades sociales producto de la fragmentación y la subordinación de los locales a los poderes imperantes que apropian el patrimonio y gestionan el turismo.

Durante el desarrollo de esta investigación y con el avance de los resultados han surgido posibles líneas de investigación que pueden dar más luces frente a la exclusión cultural producto de la patrimonialización selectiva a la que son sometidos indígenas, afrodescendientes y campesinos en donde ciertas manifestaciones culturales son marginadas y apartadas al considerarlas incómodas frente a la construcción de nuevas narrativas que pretenden visibilizar valores y patrones culturales específicos asociados a las élites locales. Se abre la posibilidad de investigar y reflexionar sobre las tensiones y conflictos con los habitantes producto de una patrimonialización asimétrica que reproduce las desigualdades en el que se privilegian los intereses de unos pocos en detrimento de los intereses colectivos de los habitantes.

Es necesario adentrarse en la comprensión de las diferentes formas de resistencia que se vienen manifestando por parte de diversos sectores del municipio respecto a un turismo artificial que, bajo el discurso de la experiencia cultural, ha constituido un aparato mercantil para el beneficio de las élites locales. De la misma manera, se debe pensar y reflexionar sobre cómo se construyen los discursos oficiales en torno a la valoración y la reivindicación cultural, que pretenden conectar con los habitantes tratando de generar sentimientos de identidad que avalen el desarrollo turístico en los territorios. Indagar sobre el papel que juegan las políticas públicas y los marcos normativos

de gestión cultural y como son instrumentadas por diversos poderes como una forma de control territorial y vía para mantener la hegemonía política y económica. Finalmente, este trabajo de investigación deja varios cuestionamientos que darían línea a futuras reflexiones, así entonces:

¿De qué manera se debe realizar un proceso de patrimonialización turística desde un ejercicio de democracia participativa, en donde se prioricen los intereses generales por encima de los intereses particulares? ¿Teniendo en cuenta la naturaleza conflictiva del turismo, de qué manera se puede llegar al consenso y la negociación cuando los intereses y las formas de poder están de por medio? ¿Por qué la planificación turística desde el modelo de gobernanza de bienestar ha dado un giro a un modelo de bienestar corporativo que privilegia la inversión privada? ¿Por qué el capitalismo turístico desarticula las relaciones sociales y la apropiación simbólica del patrimonio instaurando una territorialización turística para delimitar el control de ciertos recursos culturales como estrategia de dominación del territorio? ¿Cuál es la relación que se teje y los intereses que se persiguen en torno a la patrimonialización cultural desde la triada empresa-turismo-gobernanza? ¿Por qué el interés de la patrimonialización no se centra en los elementos patrimoniales, sino en el propio hecho social de convertir parte de la realidad en patrimonio? ¿Por qué la selección cultural en un proceso de patrimonialización no es algo neutral, todo lo contrario, es algo calculado y premeditado que, desde la perspectiva mercantil, selecciona lo que puede ser rentable, articulado a lo que los turistas esperan complaciendo las expectativas del mercado?

El resultado de este estudio hace una valiosa contribución respecto a que, documentar y analizar los procesos de patrimonialización turística permite ampliar el espectro de comprensión frente a un proceso social, que es ante todo político y económico, que se asocia al poder y a la reproducción de la hegemonía y como consecuencia, termina generando tensiones y conflictos en torno a los significados, los valores la identidad y los intereses. Los usos del patrimonio son numerosos con objetivos, valoraciones y apreciaciones, cuando de por medio se entrecruzan los

actores que los gestionan y los que lo legitiman, desde puntos de vista que pueden llegar a ser diversos y contradictorios. La evidencia surgida de esta tesis sugiere que la patrimonialización puede llegar a ser conflictiva en la medida que se antepongan los usos comerciales por encima de los simbólicos, de conservación y de protección. Este trabajo entrega nociones respecto a un proceso que resulta paradójico de cualquier forma, puesto que incluye y margina, olvida y recuerda y deteriora y conserva, con base en jerarquizaciones y selecciones arbitrarias que en vez de unir apartan. Se pone en evidencia las implicaciones significativas que se generan en torno a la valoración simbólica y las representaciones respecto a los patrimonios locales, cuando se excluye un grupo o una comunidad de forma premeditada, puesto que son los actores determinantes en términos de conservación y sostenibilidad sociocultural de un territorio.

Un aporte relevante que pretende esta tesis es plantear la posibilidad de construir procesos de patrimonialización participativos, inclusivos y democráticos de base social, en los cuales, se inviertan los modelos tradicionales de gestión y planificación turística de los territorios privilegiando un modelo horizontal, que dé cabida a todos los actores posibilitando la equidad y la justicia en los beneficios de la gestión turística patrimonial. Se infiere que el turismo se instrumentalice como una estrategia de desarrollo social y un medio para lograr el cumplimiento de los objetivos de la política cultural nacional en torno a la salvaguardia, protección, conservación sostenibilidad y divulgación. La inclusión social en la gestión cultural puede ser la mejor alternativa que conduzca al desarrollo comunitario permitiendo la reivindicación y el reconocimiento de su identidad y de su territorio. Una patrimonialización democrática y participativa puede ser clave para alcanzar las demandas históricas en términos de apropiación y libre acceso a la cultura.

Esta investigación pone de manifiesto porque un proceso de patrimonialización turística y cultural puede llegar a instaurar fronteras simbólicas, estableciendo similitudes y diferencias, generando distinciones, categorizando y separando a los individuos en su misma comunidad e

incluso familia. Una patrimonialización mal gestionada acentúa las diferencias sociales entre los que son poseedores de los recursos económicos y de los que carecen de ellos, pues fomenta las desigualdades en el acceso y la redistribución de los recursos. De esa manera, la patrimonialización logra establecer una frontera cultural entre las relaciones sociales y los usos patrimoniales en la cotidianidad de la comunidad, que están determinados por los valores materiales, jerárquicos y simbólicos. Las fronteras culturales y sociales como foco de tensión son inherentes a los territorios con vocaciones turísticas patrimoniales, en tanto que, convergen formas de actuar, pensar y sentir, las cuales pueden llegar a ser muy distintas una de la otra lo cual dificulta su comprensión. La patrimonialización posibilita encuentros entre grupos socialmente homogéneos, pero también estimula los desencuentros, cuando desde la heterogeneidad las interacciones están marcadas por las diferencias sin posibilidad de diálogo y negociación. Quizás las fronteras puedan llegar a fracturarse en la medida que la patrimonialización permita el consenso, la fraternidad y la unidad superando las diferencias y luchas materiales y simbólicas respecto a los intereses que deberán ser del orden colectivo.

Es preciso señalar que durante el desarrollo de la investigación se presentaron algunas limitaciones que implicaron al investigador definir acciones que permitieran sortear las situaciones que amenazaron el desarrollo normal de la investigación. En términos metodológicos el acceso a los informantes representó una dificultad desde el momento que se empezó la planeación del trabajo de campo. Las preguntas del cuestionario resultaron incómodas para la administración municipal (Oficina de cultura y Turismo) y de la misma manera, para los empresarios y comerciantes.

De los cinco empresarios contactados inicialmente, tres desistieron de la entrevista y los dos restantes se mostraron resistentes respecto a las grabaciones, a las menciones de sus nombres y a las actividades profesionales. Esa contingencia implicó realizar nuevas solicitudes a

empresarios interesados en realizar las entrevistas, para finalmente reemplazar los tres que habían desistido. Este proceso no fue fácil, puesto que significó enviar correos electrónicos y realizar llamadas que en muchos casos no fueron respondidas, en tal sentido, tuve que desplazarme al territorio en varias ocasiones con el único propósito de concretar un encuentro con el empresario y explicar el propósito de la entrevista, un proceso que resultó un poco desgastante, pero que después de varias visitas y reuniones se pudo sortear. Por otro lado, y dadas las condiciones de seguridad del país, la totalidad de empresarios fueron quienes definieron el lugar, el día y la hora de la entrevista, previo envío de los cuestionarios a realizar. No permitieron que fuera acompañado, fui revisado corporalmente y solo pude acceder a los distintos lugares con el teléfono móvil, con el cual grabaría la entrevista; las grabaciones en vídeo no fueron permitidas y tres de los empresarios no mencionaron sus nombres en las grabaciones de audio.

Las preguntas fueron revisadas y validadas por ellos y algunas de las preguntas incómodas debieron salir del cuestionario ya que se negaron a responderlas sin dar explicación. Las preguntas que salieron del cuestionario fueron las que mencionaban las relaciones de los comerciantes con las actividades turísticas y el sector político regional, entre otras. Algunas de las preguntas en los cuestionarios eran respondidas de una manera muy general casi que tergiversando la respuesta; en varias preguntas no fueron objetivos ni concisos a la hora de responderlas. El aplicar el mismo cuestionario a cinco informantes posibilitó interpretar las respuestas. Es de mencionar que ninguno de los empresarios estaba solo al momento de las entrevistas; dos de ellos estaban acompañados de escoltas personales armados y los tres restantes con empleados y personal de servicio aparentemente. Es importante mencionar que para poder llegar a los empresarios me tuve que valer de conocidos en el territorio que generaran un puente para que accedieran a las entrevistas. Lograr entablar comunicación con los empresarios hasta concretar las entrevistas tardó algo más de tres

meses y muchas de las entrevistas fueron canceladas estando en el sitio listo para iniciarlas sin un motivo aparente.

Por parte de la dirección de turismo, el cuestionario de la entrevista fue requerido con anterioridad y el día que se realizó la entrevista dos de las preguntas fueron eliminadas. De la misma manera, la directora requirió que la entrevista fuera estructurada, en tal sentido, solicitó que una vez respondiera no volviera a preguntar tratando de profundizar en la información. Permanentemente dejó claro que al ser la voz institucional debería ser muy cautelosa en la información que pudiera suministrar entendiendo que todo lo que dijera podría ser usado en su contra.

Es importante mencionar que el ser un docente universitario permitió de cualquier forma poder acceder a estos informantes, pese a las limitaciones presentadas, pues mi carné y filiación institucional fue requerida permanentemente. La totalidad de los informantes acá mencionados solicitaron cautela y discreción en el manejo de la información que estaban entregando, insistiendo en que eran datos sensibles que mal manejados podrían generar contratiempos y quizás retaliaciones. Es evidente que, como investigador, toda esta serie de situaciones generó perspicacias respecto a una intencionalidad de suministrar información limitada, lo que a todas luces evidencia anomalías respecto a cómo se realizó el proceso de patrimonialización turística en el territorio.

## Referencias

- Alcalde, G., Burch, J., Carbonell, E. y Domènech, G. (2012). Identificaciones patrimoniales en conflicto. Un análisis a partir de tres casos en Cataluña. *Revista Andaluza de Antropología*, 2, 128-148.
- Alcívar, I y Bravo, O. (2017). Turismo sostenible: una alternativa de desarrollo comunitario desde un componente cultural. *Espirales revistas multidisciplinaria de investigación*, 1(9), 1-13. Recuperado de: <http://www.revistaespirales.com/index.php/es/article/view/114/60>
- Almirón, A. Bertoncetto, R., Troncoso, C. (2006). Turismo, Patrimonio y Territorio. Una discusión de sus relaciones a partir de casos argentinos. *Revista Estudios y Perspectivas en Turismo*, 15 (2): 101 – 124, CIET, Buenos Aires.
- Andréu, J, García, A y Pérez, A. (2007). *Evolución de la Teoría Fundamentada “Grounded Theory” como técnica de análisis cualitativo*. Cuadernos Metodológicos, N° 40. Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)
- Aramayona, B., & García-Sánchez, R. (2019). Decoding middle-class protest against low-cost nocturnal tourism in Madrid. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 11(3), 380-393. <https://doi.org/10.1080/19407963.2019.1584627>
- Aucancela, B y Velasco, A. (2021). Gestión turística como herramienta de desarrollo de la microcuenca del río Chimborazo, Cantón Riobamba. *Revista Chakiñan*, 13(1). Recuperado de: <file:///C:/Users/alvel/Downloads/Dialnet-GestionTuristicaComoHerramientaDeDesarrolloSosteni-8162907.pdf>
- Bautista, M. (2013). Nuevas centralidades del turismo cultural en Bogotá: el caso de Usaquén. *CULTUR Revista de Cultura e turismo*, 3(1). Recuperado de:

file:///C:/Users/alvel/Downloads/Dialnet-

NuevasCentralidadesDelTurismoCulturalEnBogota-5317258.pdf

Baptista, L. (2005). “Territorios lúdicos (e o que torna lúdico um territorio): ensaiando um ponto de partida”, *Forúm sociológico*, 13/14; p. 47-58.

Belhassen, Y., Uriely, N. & Assor, O. (2014). The Touristification of a Conflict Zone: The Case of Bil'in. *Annals of Tourism Research*, 49, 174–189.  
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.09.007>

Blas, M y Jacinto, G. (2016). Estrategias de planificación turística a escala municipal: el caso de Tandil 2002-2012. *Boletín de estudios geográficos*, 106(2), 43-63.

Bosch Campubrí, R., Marco, L. P., Cabado, J. S., & Riera, F. V. (1998). *Turismo e meio ambiente*. Madrid: Centro de Estudios Ramon Areces.

Cabezas, T y Leal, A. (2021). A propósito de la planificación del turismo en España. *Revista general de derecho del turismo*, 3(1). Recuperado de:  
[https://www.researchgate.net/publication/352399259\\_A\\_PROPOSITO\\_DE\\_LA\\_PLANIFICACION\\_DEL\\_TURISMO\\_EN\\_ESPANA\\_NECESIDAD\\_U\\_OPORTUNIDAD](https://www.researchgate.net/publication/352399259_A_PROPOSITO_DE_LA_PLANIFICACION_DEL_TURISMO_EN_ESPANA_NECESIDAD_U_OPORTUNIDAD)

Canclini, E. E., Pupio, M. A., & Bustos Cara, R. N. (2023). Turismo cultural, patrimonio y comunidades locales: el caso de Cabildo (Buenos Aires, Argentina). *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 21(3), 609–623.  
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.042>

Castillo, M y Alfonso, N. (2017). *Patrimonio cultural y turismo: un estudio comparado entre México y Colombia (1ª ed)*. Editorial Torres Asociados.

Cardozo, P; Fernández, D y Soares, J. (2016). Cooperación y participación en el proceso de planificación y desarrollo turístico. Un estudio de caso en comunidades étnico-rurales en el estado de Paraná– Brasil. *Estud. perspect. tur.* vol. 25, 267-276.



- Cejudo, R. (2014). Sobre el valor del patrimonio cultural inmaterial: una propuesta desde la ética del consumo. *Dilemata*, 14, 189-209. Recuperado de: <file:///C:/Users/alvel/Downloads/Dialnet-SobreElValorDelPatrimonioCulturalInmaterial-4780378.pdf>
- Chen, H & Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*. 26(1) 153-163. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.006>
- Conferencia mundial de turismo sostenible. (1995). Carta del turismo sostenible: Organización mundial del turismo. Lanzarote, Islas Canarias, España
- Córdova-Ortiz, A., & Vera-Santos, E., & Noblecilla-Grunauer, M., (2021). Análisis de la promoción turística los espacios naturales y culturales, del cantón Zaruma. *593 Digital Publisher CEIT*, 6(6), 71-82. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.708>
- Cote, L. A. (2014). El Patrimonio como espacio de conflicto en Barichara, Santander. *Jangwa Pana*, 13, 166 – 178
- Cummings, J. (2015). Confronting favela chic: The gentrification of informal settlements. In L. Lees, H. Bang Shin, & E. López-Morales (Eds), *Global Gentrifications. Uneven development and displacement* (pp. 81–89). Bristol: Policy Press.
- Chaves, M; Montenegro, M & Zambrano, M. (2010). Mercado, consumo y patrimonialización cultural. *Revista Colombiana de Antropología*, 46(1), 7-26. Retrieved April 29, 2022, from [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0486-65252010000100001&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0486-65252010000100001&lng=en&tlng=es).
- Del Marmol, C. (2012). Pasados locales, políticas globales. Procesos de patrimonialización en un valle del Pirineo Catalán. Valencia, Germania.

- De la Calle Vaquero, M. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (83), 2829. <https://doi.org/10.21138/bage.2829>
- Díaz, P y Jover, J. (2019). Enclaves urbanos de éxito. Transformación urbanística, gentrificación y turismo en la Alameda de Hércules de Sevilla. En Gasca-Zamora J. (ed.) *Capital inmobiliario. Producción y transgresión del espacio social en la ciudad neoliberal*. México: UNAM, 2019, pp. 337- 357
- Díaz, I. (2010). Patrimonialización, construcción de identidades y formación del estado en Puesto Santander y San Martín, Meta. [Trabajo de pregrado, Universidad Javeriana]. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/6542/tesis72.pdf?sequence=1>
- Díaz López, Carmita, & Pinto Loría, María de Lourdes. (2017). Vulnerabilidad educativa: Un estudio desde el paradigma socio crítico. *Praxis educativa*, 21(1), 46-54. <https://dx.doi.org/10.19137/praxiseducativa-2017-210105>
- Díez, D. (2011). La planificación estratégica en espacios turísticos de interior: claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas. *Investigaciones turísticas*, 1(1), 69-92. DOI: <https://doi.org/10.14198/INTURI2011.1.05>
- Doreste Buerles, A. M. (2021). El Paisaje Cultural Risco Caído y los Espacios Sagrados de Montaña de Gran Canaria y el Patrimonio Mundial. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 19(1), 195–196. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2021.19.013>
- Duque, G. (1965). Prehistoria, Etnohistoria y Arqueología. *Historia Extensa de Colombia*. Vol 1, Tomo I. Banco de la República. Bogotá, Colombia.
- Faria, M. (2016). Modelo de planificación estratégica del turismo rural sostenible. *Multiciencias*, 16(3), 267-276.

- Franquesa, J. (2010). Una aproximación al patrimonio desde la antropología económica: la patrimonialización como guardar. En Mármol, C. Del; Frigolé, J.; Narotsky, S. Los lindes del patrimonio. Barcelona: Icaria, 2010, pp. 39-60
- Gallou, Eirini, y Kalliopi Fouseki. (2019). "Applying Social Impact Assessment (SIA) Principles in Assessing Contribution of Cultural Heritage to Social Sustainability in Rural Landscapes". *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development* 9 (3): 352-375. <https://doi.org/10.1108/JCHMSD-05-2018-0037>
- García Canclini, N. (1999) Los usos sociales del patrimonio cultural, En Aguilar Criado, Encarnación, Cuadernos de Patrimonio Etnológico. Nuevas perspectivas de estudio, Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. pp: 16-33
- García Quevedo, K. M., & Mercado López, E. (2023). Percepción de los recursos turísticos-patrimoniales de un territorio. Habitantes, turistas y funcionarios del circuito “El alma de Don Vasco”, Pátzcuaro, México. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 21(2), 337–362. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.022>
- Gotham, K. F. (2005). Tourism gentrification: The case of New Orleans’ vieux carre (French Quarter). *Urban Studies*, 42(7), 1099-1121.
- Greffe, X. (2004). La valeur économique du patrimoine. París, La documentation française.
- Grosser, V. G. (2016). El rol de la teoría en la investigación social. in V encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales 16 al 18 de noviembre de 2016 Mendoza, Argentina. Métodos, metodologías y nuevas epistemologías en las ciencias sociales: desafíos para el conocimiento profundo de Nuestra América. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Centro Interdisciplinario de Metodología de las Ciencias Sociales.

- Guber, R. (2011). *La etnografía: método, campo y reflexividad*: Siglo XXI editores. Buenos Aires, Argentina.
- Gutiérrez Estrada, M., Wilhelmus Gerritsen, P. R., & Chávez-Dagostino, R. M. (2022). Gobernanza turística y desarrollo regional en la Costa Sur de Jalisco, México. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 20(3), 699–714. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.048>
- Guzmán, A. (2002). *La ciudad del río Honda*: Editorial Unilibros. Facultad de Artes. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá Colombia.
- Hall, M. (2010). "Politics and Tourism: Interdependency and Implications in Understanding Change", en R. Butler, y W.Suntikul (eds.), *Tourism and Political Change*, Oxford, Goodfellow Publishers.
- Hall, M. (2010). "Politics and Tourism: Interdependency and Implications in Understanding Change", en R. Butler, y W.Suntikul (eds.), *Tourism and Political Change*, Oxford, Goodfellow Publishers.
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- Harrison, R. (2010). What is heritage? En Harrison, R. (ed.) *Understanding the politics of heritage*. Manchester: Manchester University Press, 2010, pp. 5-42
- Hermosilla, J. (2020). *Guía para la elaboración de planes de desarrollo territorial turístico*. [e-book]. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/320184044\\_GUIA\\_PARA\\_LA\\_ELABORACION\\_DE\\_PLANES\\_DE\\_DESARROLLO\\_TERRITORIAL\\_TURISTICO](https://www.researchgate.net/publication/320184044_GUIA_PARA_LA_ELABORACION_DE_PLANES_DE_DESARROLLO_TERRITORIAL_TURISTICO)

- Hiernaux-Nicolas, D. y González, I. (2014). Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, 58, 55-70. [https:// bit.ly/3fQk6JU](https://bit.ly/3fQk6JU)
- Hughes L. (1996). Redefining cultural tourism. *Annals of Tourism Research*, n. 23, p. 707-709
- Ivars, J. (2004). *Planificación turística de los espacios regionales de España*: Editorial Síntesis, Madrid España.
- Jover, J. y Díaz, I. (2019). Gentrification, transnational gentrification and touristification in Seville, Spain. *Urban Studies*, 57(15), 3044-3059. <https://doi.org/10.1177/0042098019857585>
- Knafou, R. (1999). Turismo e território. Por uma abordagem científica do turismo. En A. Rodrigues (Org.), *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais* (pp. 62-74), Hucitec.
- López, M. (2007). Planificación territorial del turismo y sostenibilidad: fundamentos, realidades y retos. *Turismo y sociedad*, Vol 8, pp, 51-68.
- Loza Ibarra, A. G. (2021). Procedimiento para la identificación de actores sociales: Custodios del patrimonio cultural inmaterial en ciudades patrimoniales. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 19(1), 117–143. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2021.19.008>
- Martínez, M. (2018). ¿Por qué pagar por entrar a Gunayala? Movilidad turística, soberanía y pueblos indígenas en Panamá. *Norois*, 247(2), 63-76.
- Matteucci, X, Koens, K & Moretti, S. (2022). [Envisioning the futures of cultural tourism](https://doi.org/10.1016/j.futures.2022.103013). *Futures*, 142(1). <https://doi.org/10.1016/j.futures.2022.103013>
- Menchero, M. (2015). Propuesta y diseño de un sistema de información turística para centros colombianos: estudio de caso del centro histórico de La Candelaria. *Reflexión Política*, 17, (33), pp. 146-161.

- Mendoza, Yohana. (2019). Fenomenología y hermenéutica: perspectivas epistemológicas para la producción interpretativa-comprensiva del conocimiento gerencial. *Revista Sapienza Organizacional*, V.6, N° 12 pag 76-107.
- Minasi, S. M., Talaska, A., & Tricárico, L. T. (2021). Rugosidades: desvelamientos para urbanización turística y patrimonio edificado. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 19(1), 73–84. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2021.19.005>
- Molina, S. (2006). *El posturismo. Turismo y posmodernidad*: Editorial Trillas. México D.F.
- Morel, C. (2011). *Políticas culturales y performances en los procesos patrimoniales: los casos del tango y el carnaval en la Ciudad de Buenos Aires*. 2011. 283 f. 2011. Tesis Doctoral. Tese (Doutorado em Antropologia)–Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Moreno (1996). *Honda: una historia urbana singular: Fondo mixto para la promoción de la cultura y las artes del departamento del Tolima*. Ibagué, Colombia.
- Moreira Gomes Leão, T. (2022). Contribuciones en red para la innovación territorial en la gestión del patrimonio cultural. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 20(2), 299–311. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.022>
- Navarrete, D. (2021). Políticas urbanísticas y culturales en las desigualdades de los centros patrimonio de la humanidad. El caso de San Miguel de Allende México. *Desacatos: revista de ciencias sociales*, 67(1). Recuperado de: <file:///C:/Users/alvel/Downloads/Dialnet-PolíticasUrbanísticasYCulturalesEnLasDesigualdades-8105796.pdf>
- Nieto, A. (2020). *Turismo y patrimonio cultural: análisis geográfico y prospectivo en el norte del Tolima*: Corporación Universitaria Unitec, Bogotá Colombia.

- Obezo, K. (2013). Turismo, patrimonio y etnicidad: dinámicas del turismo étnico-cultural en San Basilio de Palenque. [Trabajo de pregrado, Universidad Tecnológica de Bolívar]. <https://repositorio.utb.edu.co/bitstream/handle/20.500.12585/2731/0064944.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- OMT (2017). El turismo: un fenómeno económico y social. Organización Mundial del Turismo. Recuperado de <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Palomino, B., & López, G. (2019). Relaciones del turismo de naturaleza, la comunalidad y la resiliencia en la Sierra Norte de Oaxaca, México. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 17 (6), 1205-1216. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.083>
- Palou, S. (2010). Barcelona, destinació turística: promoció pública, turismes, imatges i ciutat (1888 – 2010) (tesis doctoral). Recuperado de <https://www.tdx.cat/handle/10803/21771?show=full>
- Pérez, B. (2006). Turismo y representación de la cultura: identidad cultural y resistencia en comunidades andinas del Cusco. Anthropologica Del Departamento De Ciencias Sociales, 24(24), 29-49. Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/anthropologica/article/view/2084>
- Pérez, B. (2008). El patrimonio inmaterial en proyectos de desarrollo territorial en comunidades indígenas de los Andes peruanos. E-rph: Revista electrónica de patrimonio histórico 3(1), 1-26. Recuperado de: <https://revistaseug.ugr.es/index.php/erph/article/view/3346/3358>
- Pérez, G. (2010). Orishas, turistas y practicantes. La comercialización del patrimonio religioso en Cuba: un ejemplo de estrategia de revitalización identitaria y económica. Pasos revista de turismo y patrimonio cultural. Volumen (8), 167-184.
- Pérez-García, A., Caamaño Franco, I., & Lezcano González, M. E. (2023). Intervenciones perniciosas contra el patrimonio cultural y su repercusión en el turismo. PASOS Revista De

Turismo Y Patrimonio Cultural, 21(2), 271–288.

<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.018>

Pérez, C. y Páez, A. I. (2014). El turismo de eventos y reuniones en destinos turísticos maduros:

Un pilar para la reconversión del producto turístico de Puerto de la Cruz (Tenerife).

Investigaciones Turísticas, 7, 102-135. <https://doi.org/10.14198/INTURI2014.7.06>

Plumed, M; Gómez, D y Martín, C. (2018). Planificación turística, promoción y sostenibilidad ambiental: el caso de España. Revista de Ciencias de la administración y la economía, 15(8).

Recuperado de:

[file:///C:/Users/alvel/Downloads/Planificacion\\_turistica\\_promocion\\_y\\_sostenibilidad%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/alvel/Downloads/Planificacion_turistica_promocion_y_sostenibilidad%20(1).pdf)

Prat Forga, J. M. (2020). La puesta en valor turístico del patrimonio cultural en fase de desaparición. Una oportunidad para los territorios de interior. Los casos de los monasterios de Vilabertran, Scala Dei y Escornalbou, en Catalunya. Investigaciones Turísticas, (20), 315–334. <https://doi.org/10.14198/INTURI2020.20.14>

Prats, LL. (1998). El concepto de patrimonio cultural. Cuadernos de antropología social. 11 (2000), 105-126. Doi: 10.34096/11.4709

Prats, LL. (2006). La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias. PH Boletín 58:72-80.

Prats, Ll. (2015). The magmatic character of ethnological heritage, Revista d'etnologia de Catalunya, 40, 126-132. Recuperado de:

<https://www.raco.cat/index.php/RevistaEtnologia/article/view/293391/381919>

Prieto, E. (2009). Centro histórico de Honda: puesta en valor e inserción en el siglo XXI (tesis de maestría). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.



- Posso, L. (2015). Patrimonialización, especulación inmobiliaria y turismo: gentrificación en el barrio Getsemaní. In V. Delgadillo & I. L. Díaz, Salinas (Eds.), *Perspectivas del estudio de la gentrificación en México y América Latina* (pp. 175-191). México D. F.: Universidad Nacional Autónoma de México
- Ragozino, Stefania. (2016). "Tools for Regeneration of the Urban Landscape Social Enterprise as a Link between People and Landscape". *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 223: 201-208. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sb-spro.2016.05.349> [ Links ]
- Ramírez, Z. (2014). "Un acierto, política de Pueblos Mágicos en México: OMT" en *Informador.mx* 27 septiembre, Guadalajara, en <http://www.informador.com.mx/economia/2014/550990/6/un-acierto-politica-de-pueblos-magicos-en-mexico-omt.htm> (14/10/14).
- Ramón, T. (2022). Percepción social y Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI): tendencias recientes y perspectivas de futuro. *Disjuntiva*, 3(1), 47-53. <https://doi.org/10.14198/DISJUNTIVA2022.3.1.4>
- Ramos, A. (2023). El turismo alternativo como impulsor del cosmopolitismo. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 21(1), 231-238. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.015>
- Razquin Lizárraga, M. (2022). "Planificación turística y planificación territorial: la necesidad de una convergencia", en Blanquer, D. (dir.). *Ordenación y gestión del territorio turístico*, Valencia, Tirant lo Blanch, pp. 109-147.
- Ribeiro dos Santos, S. (2022). Espacios urbanos de desplazamiento en ciudades brasileñas denominadas Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO bajo el concepto de destino turístico inteligente. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 20(2), 371-387. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.027>

- Royuela y Ramírez (2015). Patrimonialización, gobernanza y gubernamentalidad en Malinalco, Pueblo mágico. *Cultur, Revista de cultura y turismo*. 09, (02), 92-116
- Salinas Arreortua, L. A. (2017). ¿Gentrificación latinoamericana? Apuntes para su discusión. *REVISTARQUIS*, Vol. 6. Núm.1. 1-10
- Salge, M. (2010) El patrimonio cultural inmaterial en San Basilio de Palenque, en busca de las representaciones de lo palenquero a través de la prensa nacional *Memorias. Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe*, vol. 7, núm. 13, noviembre, 2010, pp. 225-253.
- Salgado, A. (2007). Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos. Universidad de San Martín de Porres: Liberabit, Lima, Perú.
- Salleras, L. (2019). Los devenires de patrimonialización y el crecimiento del turismo: los conflictos en torno al desarrollo en la Quebrada de Humahuaca. Pampa. *Revista Interuniversitaria de Estudios Territoriales* n°19, pp. 7–34. DOI: 10.14409/pampa.15.19.e0001
- Sánchez, D. (2015). Patrimonialización y turismo en el parque Arví. Un estudio sobre los usos del patrimonio arqueológico en un área protegida de Antioquia. [Trabajo de pregrado, Universidad de Antioquia]. [http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/14451/1/SanchezDaniel\\_2015\\_PatrimonializacionTurismoParque.pdf](http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/14451/1/SanchezDaniel_2015_PatrimonializacionTurismoParque.pdf)
- Santamarina, B. (2017). El Patrimonio Inmaterial en el País Valenciano: una explosión muy tangible. *Revista andaluza de antropología*, (12), 1-27.
- Sequera, J., & Nofre, J. (2018). Shaken, not stirred: New debates on touristification and the limits of gentrification. *City*, 22(56), 843–855. <https://doi.org/10.1080/13604813.2018.1548819>
- Sequera, J; Cabrerizo, C y Bachiller, P. (2017). Entre la turistificación y los espacios de resistencia en el centro de Madrid: algunas claves para repensar la ciudad turística. *Revista Ecología*


- política, 52(1). Recuperado de: <file:///C:/Users/alvel/Downloads/Dialnet-EntreLaTuristificacionYLosEspaciosDeResistenciaEnE-5815472.pdf>
- Serrano, C. (2016). Intereses, motivaciones y su importancia en el desarrollo de un turismo cultural sostenible. *Pasos: revista de turismo y patrimonio cultural*, 14(2), 11-30. Doi: 10.25145/j.pasos.2016.14.036
- Sigler, T. y Wachsmuth, D. (2016). Transnational gentrification: Globalisation and neighbourhood change in Panama's Casco Antiguo. *Urban Studies*, 53(4), 705-722.
- Schenkel, E & Almeida, F. (2015). La política turística y la intervención del Estado: El caso de Argentina. *Perfiles latinoamericanos*, 23(46), 197-221. Recuperado a partir de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0188-76532015000200008&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-76532015000200008&lng=es&tlng=es).
- Suárez, M; Gutiérrez, S y Calaf, R. (2020). Procesos de patrimonialización en el Consejo de las Regueras (Asturias, España). Diagnóstico y conclusiones preliminares. *Revista de investigación e innovación educativa*, 101(1), 70-82. <https://doi.org/10.12795/IE.2020.i101.06>
- Suden, C. A. (2022). Paisaje cultural patrimonializado: conceptos y aportes sobre la base de tres casos de estudio. Provincia de Mendoza, Argentina. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 20(2), 435–452. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.031>
- Suremain, N (de), C. E. (2017) “Cuando la alimentación se hace patrimonio. Rutas gastronómicas, globalización y desarrollo local”, *TRACE*, (72), 165-181.
- Torres Bernier, E. (2003). “Planteamientos generales sobre el turismo en las ciudades monumentales” en las Actas del Congreso Internacional Desarrollo Turístico Integral de Ciudades Monumentales. Patronato Provincial de Turismo de Granada. PP. 23-43

- Toitiño, M. Á. (2012). Turismo y recuperación urbana en ciudades y conjuntos históricos. Patrimonio Cultural de España. N° 6. Madrid. 147-164 p.
- Uribe, J. (2005). La investigación documental y el estado del arte como estrategias de investigación en ciencias sociales en la investigación en ciencias sociales. Estrategias de investigación. Bogotá: Ediciones Universidad Piloto de Colombia.
- Van Der Hammen, María Clara, Lulle, Thierry, & Palacio, Dolly Cristina. (2009). La construcción del patrimonio como lugar; un estudio de caso en Bogotá. Antipoda. Revista de Antropología y Arqueología, (8), 61-85. Retrieved May 03, 2022, from [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1900-54072009000100004&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-54072009000100004&lng=en&tlng=es).
- Van Geert, F y Roigé, X. (2014). Usos políticos del patrimonio cultural: ediciones de la Universidad de Barcelona. Barcelona, España.
- Vargas-Sánchez, A. (2020). Entender el turismo post-coronavirus: posibles escenarios. Turismo Post Covid-19: El Turismo Después De La Pandemia Global. Análisis, Perspectivas y Vías De Recuperación., 15–40. <https://doi.org/10.14201/0AQ0296>
- Vélez, C. (2015). De “patiamarillos” y “tierra fueras”: Encuentros, desencuentros y conflictos en tiempos de patrimonialización. [Trabajo de pregrado, Universidad Javeriana]. <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/11659/Tesis-De%20Patiamarillos%20y%20Tierrafueras.pdf;jsessionid=E8ACD21C41FC2C972F5861C052AE6AEC?sequence=1>
- Velandia, R. (1989). La Villa de San Bartolomé de Honda. Épocas de la conquista y la colonia, tomos I y II. Cámara de Comercio de Honda. Honda, Tolima.

- Vergori, A & Arima, S. (2020). Cultural and non-cultural tourism: Evidence from Italian experience. *Tourism Management*, 78(1). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104058>
- Villavicencio, M. (2019). Desencuentros a partir de la gestión del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad: caso del puente Queswachaka en el distrito de Quehue, Cusco. [Trabajo de posgrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/15050>
- Weiyii, M, Kwek, A & Wang, Y. (2023). An analytical autoethnographic study of culture's role in transformative tourism experiences. 46(2). 125-132. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101097>
- Yumisaca, J; Delgado, A; Pérez, M y Mendoza, A. (2019). Planificación turística sostenible: las comunidades de Santa Helena. Vol. 3 No. 3 pág. 38-50. DOI: <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v3i3.442>
- Zambrano Constanzo, A., & Fernández, D. H. (2020). Trazando rutas para el empoderamiento de la comunidad en barrios de la región de La Araucanía: aportes desde la investigación acción. *Revista Interamericana De Psicología/Interamerican Journal of Psychology*, 53(3), 331–344. <https://doi.org/10.30849/rip/ijp.v53i3.1258>
- Zepeda, S. (2020). Turismo cooperación y desarrollo. Una aproximación al caso bahía de banderas, Nayarit, México. *Revista Estudios y perspectivas en turismo* 29(4). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/1807/180766099013/html/>
- Zúñiga, F. (2018). Patrimonialización y turismo en Zozocolco de Hidalgo, Veracruz etnicidad, cultura, naturaleza y puesta en valor, *Revista Dimensiones turísticas*, 2(2), 79-101. <https://doi.org/10.47557/OTSF9528>

## Anexos

### Formatos de entrevistas

	Doctorado en Ciencias Humanas, del Patrimonio y de la Cultura	Fecha:
	El turismo como un instrumento para la patrimonialización de los bienes y manifestaciones culturales del municipio de Honda	<b>Entrevista          Semiestructurada          Empresarios</b>


La presente entrevista semiestructurada se realiza para la línea de investigación Patrimonio Cultural, en el marco de la investigación de tesis doctoral: “El turismo como un instrumento para la patrimonialización de los bienes y manifestaciones culturales del municipio de Honda” la cual se realiza en el programa de doctorado en Ciencias Humanas, del Patrimonio y de la Cultura de la Universidad de Girona.

La entrevista pretende **identificar las dinámicas comerciales que influyen en la turistificación del destino una vez ha sido patrimonializado**. La información aquí consignada tiene un propósito académico y tendrán acceso a ella únicamente el investigador doctoral. Se solicita el favor de responder lo más sinceramente posible.

#### **Cuestionario:**

1. ¿Qué tipo de comercio ha resultado fortalecido con la llegada del turismo?
2. ¿Se evidencia un comercio formal y organizado que atienda la demanda de productos y servicios turísticos, el comercio está organizado y formalizado?
3. ¿Se identifica un comercio informal que ha sido incentivado por toda la dinámica turística acá en el municipio de Honda?

4. ¿Qué han hecho ustedes como empresarios del sector turístico y hotelero de Honda para enfrentar ese comercio informal que termina afectándolos a ustedes?
5. ¿Usted considera que se ha desarrollado un comercio con el único propósito de atender la demanda de los turistas?
6. ¿Se identifica una relación entre el comercio y los lugares culturales y turísticos?
7. ¿Cómo los empresarios han establecido alianzas con la alcaldía para la conservación del patrimonio cultural en vista de que lo están usando y aprovechando?
8. ¿Con el desarrollo del turismo se han fortalecido los comercios establecimientos tradicionales o también ha motivado la llegada de empresarios externos?
9. ¿La planta turística (hoteles, restaurantes, operadores turísticos, servicios de entretenimiento) pertenecen a los empresarios locales o también pertenecen a empresarios externos?
10. ¿Se le está generando oportunidades laborales a los habitantes del municipio?

	Doctorado en Ciencias Humanas, del Patrimonio y de la Cultura	Fecha:
	El turismo como un instrumento para la patrimonialización de los bienes y manifestaciones culturales del municipio de Honda	<b>Entrevista Semiestructurada dirigida a gestores culturales (Nacional, departamental y municipal)</b>

La presente entrevista semiestructurada se realiza para la línea de investigación Patrimonio Cultural, en el marco de la investigación de tesis doctoral: “El turismo como un instrumento para la patrimonialización de los bienes y manifestaciones culturales del municipio de Honda” la cual se realiza en el programa de doctorado en Ciencias Humanas, del Patrimonio y de la Cultura de la Universidad de Girona.


La entrevista pretende **identificar a los distintos agentes implicados en los procesos de patrimonialización y analizar las relaciones que se establecen entre ellos**. La información aquí consignada tiene un propósito académico y tendrán acceso a ella únicamente el investigador doctoral. Se solicita el favor de responder lo más sinceramente posible.

**Cuestionario:**

1. ¿Cuál es el interés en posicionar al municipio de Honda como destino turístico?
2. ¿Las iniciativas que han surgido en función de activar el patrimonio cultural del municipio de Honda por medio del turismo han sido por iniciativas sociales, gubernamentales o empresariales?
3. ¿Se pueden identificar alianzas de diversos sectores para poner en valor el patrimonio cultural del municipio?
4. ¿Se puede identificar algún tipo e influencia por parte de poderes políticos para desarrollar turísticamente el municipio a partir de su patrimonio cultural?
5. ¿Ha influido el sector comercial-empresarial en la patrimonialización de Honda por medio del turismo?
6. ¿La comunidad ha tenido un papel preponderante en los procesos de patrimonialización del municipio de Honda? ¿quiénes han sido las personas u organizaciones y qué filiación política, social, cultural u otra se identifica?
7. ¿Los procesos de patrimonialización en el municipio han sido incluyentes, participativos y públicos en sus discusiones y toma de decisiones?
8. ¿Quién o quiénes son los mayores beneficiados de la patrimonialización a partir del turismo en el municipio de Honda?
9. ¿Cómo han sido utilizadas las políticas públicas y el marco normativo en los procesos de patrimonialización y turistificación en el municipio?



10. ¿Como ve el futuro del turismo en el corto plazo en el municipio de Honda?

	Doctorado en Ciencias Humanas, del Patrimonio y de la Cultura	Fecha:
	El turismo como un instrumento para la patrimonialización de los bienes y manifestaciones culturales del municipio de Honda	<b>Entrevista Semiestructurada dirigida a los habitantes del municipio</b>


La presente entrevista semiestructurada se realiza para la línea de investigación Patrimonio Cultural, en el marco de la investigación de tesis doctoral: “El turismo como un instrumento para la patrimonialización de los bienes y manifestaciones culturales del municipio de Honda” la cual se realiza en el programa de doctorado en Ciencias Humanas, del Patrimonio y de la Cultura de la Universidad de Girona.

La entrevista está orientada a conocer las **consecuencias de los procesos de patrimonialización y turistificación en las comunidades que tienen relación directa con los bienes y manifestaciones culturales del municipio de Honda**. La información aquí consignada tiene un propósito académico y tendrán acceso a ella únicamente el investigador doctoral. Se solicita el favor de responder lo más sinceramente posible.

**Cuestionario:**

1. ¿Usted puede percibir beneficios tangibles generados por el turismo en el municipio de Honda?
2. ¿Evidencia una actividad turística organizada, planificada y gestionada por profesionales?
3. ¿Considera que ha habido inversión en la restauración de los sitios culturales para desarrollar el turismo o, todo lo contrario, no se ve ningún tipo de intervención y permanecen como han estado a lo largo del tiempo?

4. ¿Qué sector considera usted es el más interesado en desarrollar turísticamente el municipio de Honda (Empresarios, comerciantes, habitantes, gobernanza, otros)?
5. Respecto al patrimonio inmaterial (Festividades, eventos, gastronomía, folclor, artesanía, etc.) ¿Considera que el turismo que se está llevando a cabo en Honda estimula su recreación y divulgación?
6. ¿Considera que hay solo turismo cultural en el municipio o identifica otros tipos de turismo?
7. ¿Cómo describiría el tipo de turista que llega de visita al municipio de Honda?
8. ¿Cuál es su opinión respecto al desarrollo turístico que ha tenido el municipio en los últimos años?

	Doctorado en Ciencias Humanas, del Patrimonio y de la Cultura	Fecha:
	El turismo como un instrumento para la patrimonialización de los bienes y manifestaciones culturales del municipio de Honda	<b>Entrevista Semiestructurada dirigida a los operadores turísticos</b>

La presente entrevista semiestructurada se realiza para la línea de investigación Patrimonio Cultural, en el marco de la investigación de tesis doctoral: “El turismo como un instrumento para la patrimonialización de los bienes y manifestaciones culturales del municipio de Honda” la cual se realiza en el programa de doctorado en Ciencias Humanas, del Patrimonio y de la Cultura de la Universidad de Girona.

La entrevista está orientada a conocer **las dinámicas comerciales que influyen en la turistificación del destino una vez ha sido patrimonializado**. La información aquí consignada tiene un propósito académico y tendrán acceso a ella únicamente el investigador doctoral. Se solicita el favor de responder lo más sinceramente posible.

**Cuestionario:**

1. ¿Qué tipo de comercio ha resultado fortalecido con la llegada del turismo?
2. ¿Se evidencia un comercio formal y organizado que atienda la demanda de productos y servicios de los turistas?
3. ¿Se identifica un comercio informal incentivado por las dinámicas turísticas en el municipio?
4. ¿Considera que se ha desarrollado un comercio con el único propósito de atender la demanda de los turistas?
5. ¿Se identifica una relación entre el comercio y los lugares culturales turísticos?
6. ¿Se han generado afectaciones a los locales producto de un comercio desarrollado para turistas? Si es así, mencione de qué forma.
7. ¿Considera que han cambiado o se han modificado los hábitos de consumo de los habitantes locales a partir de un comercio orientado a turistas?
8. ¿Con el desarrollo del turismo, se han fortalecido los comercios y establecimientos tradicionales o a motivado la llegada de empresarios externos?
9. La planta turística (hoteles, restaurantes, operadores turísticos, entretenimiento, etc.)  
¿Pertenece a empresarios locales o a empresarios externos?
10. ¿El comercio motivado por el turismo genera oportunidades laborales para los habitantes locales, o se puede identificar la llegada de personal externo para laborar en los establecimientos?

## Transcripción de las entrevistas

<b>Matriz de análisis de las entrevistas</b>			
<b>Nº</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Entrevista</b> <b>Alejandra Marcela Prieto Taborda</b> <b>Directora de cultura y turismo</b>	<b>Categorías emergentes</b>
1	11. ¿Cuál es el interés en posicionar al municipio de Honda como destino turístico?	<p>Bueno, el interés primero que todo para nosotros es resaltar todo ese patrimonio o esa riqueza arquitectónica y cultural que tiene el municipio de Honda ese es nuestro principal interés resaltar y hacerlo conocer a nivel nacional e internacional.</p> <p>Pues primero queremos que el municipio pues sea reconocido a nivel nacional y que todos tanto los hondanos digamos que toda la sociedad la comunidad primero se sienta orgulloso de su territorio y el conocimiento y conozcan muy bien el territorio que tenemos se sientan orgullosos para que lo protejamos y lo cuidemos y segundo digamos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riqueza histórica, arquitectónica y cultural</li> <li>• Reconocimiento</li> <li>• Identidad</li> </ul>

		<p>que el sector turístico que además ha venido en un incremento muy importante en los últimos años pues también se puedan ver de una manera beneficiados económicamente cada una de las digamos que de las ramas de que se pueden desprender del turismo como son los hoteleros, restaurantes, transportes internos, empresas de servicios turísticos toda esta cadena, tiendas, almacenes se puedan ver beneficiados del crecimiento y sobre todo del reconocimiento del territorio que tenemos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beneficios económicos</li> <li>• Fortalecer el comercio</li> </ul>
2	<p><b>12.</b> ¿Las iniciativas que han surgido en función de activar el patrimonio cultural del municipio de Honda por medio</p>	<p>Bueno, a través de la historia podemos decir que ha jugado un papel importante también la comunidad, no tanto las entidades empresariales esas han venido tomando un papel relevante e importante ahora último, ellos con un tema de promoción pero si por ejemplo, el museo del río nace de una agrupación, una sociedad hondana que buscan en un espacio resaltar el conocimiento del río Magdalena, así mismo, desde el municipio y algunas entidades</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Protagonismo de la comunidad</li> <li>• Alcaldía municipal</li> </ul>

	<p>del turismo han sido por iniciativas sociales, gubernamentales o empresariales?</p>	<p>también como el centro de historia que es un grupo también digamos que se creó social a partir del interés de algunos hondanos en resaltar, en estudiar, en investigar más la historia y el conocimiento de cada uno de los lugares, sectores, personajes que habitaron este territorio, entonces ha sido un poco el interés del municipio y también jugó un papel o ha venido jugando un papel muy importante la sociedad que se ha organizado.</p> <p>Lo que ha hecho la actual administración en función del turismo se divide en dos, primero acá vuelve uno a la misma historia esa historia tan quejosa que se nos ha presentado desde el año pasado con esta pandemia en donde desafortunadamente pues nos tuvimos que cerrar porque Honda la verdad si tiene mucha proyección turística y venimos con una proyección de turismo cultural muy importante pero desafortunadamente nos tuvimos que cerrar, la segunda es que desde el mes de septiembre del año pasado o desde agosto se</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Centro de historia de Honda</li> </ul>
--	--	--	---

		<p>empezaron a hacer trabajos con la cámara de comercio, la oficina de desarrollo económico de la gobernación para preparar en todo y sobre todos los temas de bioseguridad a todo el sector turístico hoteleros, restaurantes, comercio para que se pueda de nuevo abrir el municipio, nosotros pues venimos haciendo un papel de promoción inicialmente en nuestro territorio, pero ahora en este momento estamos en una tarea de volver a implementar, no se han dejado de implementar pero volver a reforzar mucho ese trabajo con las medidas de bioseguridad para que Honda sea un turismo sea un destino digamos que responsable con la salud.</p>	
3	<p>1. ¿Se pueden identificar alianzas de diversos sectores para poner en</p>	<p>Nosotros hemos hecho, desde la administración municipal se han hecho alianzas con la cámara de comercio de Honda, en donde hemos haciendo un trabajo también en conjunto con diferentes municipios de la región, para hacer un turismo digamos que regional y hemos venido participando también en algunas iniciativas con la</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianzas entre alcaldía y Cámara de Comercio</li> </ul>

	<p>valor el patrimonio cultural del municipio?</p>	<p>gobernación del Tolima, digamos que para prepararnos y para trabajar en alianza y poder desarrollar a Honda y al sector del turismo dentro de un turismo vuelvo y digo regional ahora mismo hay diferentes iniciativas, hay una iniciativa que se llama Magdalena travesía mágica donde el municipio de Honda se encuentra vinculado digamos que ofertando de la manera más responsable sus hoteles, sus atractivos turísticos, restaurantes, venimos también trabajando un proyecto que se llama Colombia vivirás mi Tolima que es un proyecto también de turismo regional donde están varios municipios como Honda, Mariquita, Fresno, Líbano, Venadillo, para hacer un turismo por todos estos municipios y también pertenecemos al proyecto del geoparque volcán nevado del Ruíz en donde venimos participando de forma activa para que Honda se posicione y siga siendo como este punto de vista de todos estos turistas de la región y del país.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gobernanza</li> <li>• Iniciativas turísticas regionales</li> </ul>
--	--	---	---



4	<p>Se puede identificar algún tipo de influencia por parte de los poderes políticos para desarrollar turísticamente el municipio a partir de su patrimonio</p>	<p>No la verdad no, digamos que el turismo o todo este movimiento o trabajo turístico y de turismo cultural en el municipio de Honda se trabaja de manera igualitaria y sin ningún apoyo político diferente a la administración municipal, pero la administración municipal es muy transparente y trabaja con todos los sectores y con todos los grupos del municipio, no hay influencias políticas ni afuera ni adentro.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades turísticas apolíticas</li> </ul>
5	<p>¿Ha influido el sector comercial – empresarial en la patrimonialización de Honda y en el turismo?</p>	<p>Tal vez yo creo que ahora en estos últimos meses si se ha sentido un poco el sector comercial sobre todo las agencias y los nuevos hoteles que han estado y que están ahora en el último año han tenido un espacio aquí en la ciudad han venido trabajando de manera conjunta en un proyecto de publicidad, en donde resaltan todos estos lugares históricos de la ciudad para darlos a conocer, ellos han venido</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación empresarial</li> <li>• Intereses comerciales</li> </ul>

		haciendo un trabajo importante ahí digamos que el sector hotelero diría yo	
6	1. ¿Ha influido el sector comercial-empresarial en la patrimonialización de Honda por medio del turismo?	<p>Bueno de las comunidades yo creería que no ha sido ahora mismo no se ha presentado la verdad, que no ha habido esa influencia, del sector hotelero, restaurante y comercial, pero digamos que de un sector social de la sociedad o algún grupo comunitario como tal que haya tomado un papel relevante en estos últimos años no ha sucedido.</p> <p>Evidentemente entonces es comercial, sector empresarial – comercial</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escasa participación comunitaria</li> <li>• Participación del sector empresarial</li> </ul>
7	1. ¿Los procesos de patrimonialización en el municipio han sido	Si, nosotros siempre hemos hecho mesas abiertas e invitaciones, estamos en el proceso de la creación del comité de patrimonio y todos estos procesos son abiertos con convocatorias abiertas a toda la comunidad, desafortunadamente el año pasado desde	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesas de participación</li> </ul>

	<p>incluyentes, participativos y públicos en sus discusiones y toma de decisiones?</p>	<p>inicios de año y vamos a ir estos tres primeros meses sin poder hacer reuniones presenciales, eso limita mucho el tema la gente se conecta pero no está, se conecta entre comillas físicamente pero muchas veces no están ahí tan conectados con los temas y no hemos podido avanzar mucho en estos temas pero todo siempre es con convocatorias abiertas a toda la comunidad.</p> <p>Bueno hablamos en la contingencia del Covid de que la distancia dificulta mucho las mesas de trabajo, la participación antes del Covid era buena o son buenas, es que nosotros el año pasado alcanzamos a hacer la celebración del carnaval cultural y reinado popular de la subienda que es una festividad en donde resaltamos todo el conocimiento y la cultura riverseña y el quehacer de los pescadores del rio de la gente hondana y antes tuvimos unas mesas previas para el desarrollo de estas festividades en donde invitamos a la comunidad a participar, invitamos a los sectores culturales de aquí del municipio,</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propuestas abiertas e inclusivas</li> <li>• Participación limitada</li> </ul>
--	--	---	--

		<p>invitamos digamos que algunos mesas o agremiaciones importantes para nosotros como son el centro historia, docentes de algunos colegios que tienen practicas turísticas, invitamos también a hoteleros, restaurantes, invitamos los museos y fue una convocatoria y una participación muy activa, la gente en este momento reconoce y tiene muy claro todo el valor cultural y turístico y todo el potencial turístico que tiene la ciudad de Honda basado en toda esa riqueza histórica que tenemos nosotros entonces lo tienen claro y participan de una manera muy activa.</p>	
8	<p>1. ¿Quién o quiénes son los mayores beneficiados de la patrimonialización a partir del turismo</p>	<p>El sector privado, digamos que, si el mayor y en todo diría yo que el sector privado, porque pues al fin y al cabo ellos son los que se ven beneficiados cuando hay una buena afluencia de turistas a cada uno de los eventos o cada una de las actividades fines de semana, puentes festivos pues son ellos los que se ven beneficiados evidentemente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sector privado</li> <li>• Empresarios</li> <li>• Comerciantes</li> </ul>

	<p>en el municipio de Honda?</p>	<p>La comunidad desafortunadamente queda en un segundo plano, nosotros antes de estar aquí en este cargo veníamos trabajando con una comunidad de pescadores, la idea es que ellos pudieran vender un servicio de turismo cultural y comunitario pero es muy complejo por el tema de que ellos cambien un poco aunque siguen siendo su oficio porque la idea es que muestren su oficio pero se vuelvan comerciales es un poco complejo para ellos poder hacer esa transformación y esa transición entonces ahí hemos ido trabajando con ellos poco a poco pero es un poco complejo, yo siento que la comunidad si queda un poco en segundo plano finalmente quien se ve beneficiado vuelvo y digo es el sector comercial, los hoteleros, los restaurantes, el transporte interno básicamente pues son ellos los comerciantes de todo el tema de gastro-bares, bueno pues discotecas ahora mismo no se puede pero pues si nosotros por ejemplo cuando se pudo en septiembre se hizo también aquí un sector una zona de gastro</p>	
--	----------------------------------	--	--

		<p>– bar a cielo abierto en donde evidentemente ellos se pudieron ver beneficiados un poco después de ese golpe y de este golpe tan duro que económicamente les ha dado la pandemia.</p>	
9	<p>1. ¿Cómo han sido utilizadas las políticas públicas y el marco normativo en los procesos de patrimonialización y turistificación en el municipio?</p>	<p>Bueno nosotros tenemos un PEPP Plan especial de protección al patrimonio y pues nosotros digamos que esa es nuestra carta de navegación en temas de protección a todo el centro histórico de nuestro municipio, entonces digamos que básicamente nosotros hacemos o tratamos de hacer cumplir y de pegarnos a esta norma, nosotros somos un municipio que estamos en vía de desarrollo, estamos digamos que en ese proceso de desarrollo turístico en donde pues hasta ahora la verdad es que vamos a empezar a implementar un tema también de turismo de un proceso de certificación vamos a arrancar con un proceso de certificación en turismo responsable de la ciudad de Honda</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan especial de protección al patrimonio</li> <li>• Proceso de certificación</li> </ul>

10	<p>¿Como ve el futuro del turismo en el corto plazo en el municipio de Honda?</p>	<p>Estos tres cuatro meses, no la verdad es que nosotros de hecho en el mes de septiembre cuando la gente empezó y pudo empezar a movilizarse a salir de las ciudades, Honda tuvo un repunte un alza turística muy importante de hecho septiembre era uno de los meses muertos turísticamente y tal vez fue uno de los mejores meses que tuvo el año, septiembre, octubre, noviembre desde que abrieron el municipio de Honda los hoteles y las viviendas de hospedaje, restaurantes todo este sector la verdad es que tuvo un muy buen inicio, digamos que de apertura biosegura en la ciudad de Honda, les fue muy muy bien yo tengo mucho contacto permanente con todo el sector hotelero y todos cada ocho días, los fines de semana, entre semana tenían y se veía una buena afluencia de turistas en Honda, ahora digamos que Honda también tiene varias ventajas, mucha gente ahora mismo han formalizado muchas viviendas y mucha gente se vino a trabajar desde Honda, entonces pues Honda es un municipio que esta</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Repunte turístico</li> <li>• Trabajo remoto oportunidad para el municipio</li> <li>• Crecimiento turístico sostenido</li> <li>• Futuro promisorio</li> </ul>
----	---	--	---

		<p>cerquita muy cerca a muchas ciudades capitales a Bogotá tres horas y media, Ibagué estamos a dos horas dos horas y media, Medellín cinco horas, Manizales tres horas y media, entonces mucha gente alquilaban casas, se vio digamos que ese fenómeno, la gente alquilaba casas y se venía a trabajar desde Honda, también se presentó un fenómeno muy especial habían muchas casas para la venta y mucha gente también compro casa en Honda precisamente para venirse todos estos meses de pandemia a vivir acá a Honda, sabemos que no es un turismo es un turista semipermanente no son ni residentes ni turistas porque ellos no van a estar todo el año pero tampoco están solo un fin de semana están un mes y vuelven a Bogotá otro mes quince días están entre yendo y viniendo este es un factor y un fenómeno que se ha presentado mucho, vemos con mucha preocupación este inicio de año porque la segunda ola de la pandemia evidentemente pues esta muchísimo más fuerte que la primera y Honda no es ajena a ese golpe y a ese aumento de</p>	
--	--	---	--



		<p>contagios porque en este momento nuestra uci nuestro hospital esta al cien por ciento no tenemos capacidad, hoy no se puede enfermar nadie, nadie puede necesitar un respirador en el municipio de Honda porque no hay, entonces en realidad hoy tenemos un panorama muy complicado y muy difícil, pero de todas formas yo si veo a Honda obviamente con un futuro muy alentador estoy segura que va a pasar lo mismo que paso el año pasado apenas se puedan abrir las puertas de la ciudad porque aunque las puertas no están cerradas pero nosotros si deberíamos tener digamos que un mensaje mucho más responsables con la gente que viene a la ciudad de Honda, o sea si tú vas a venir al municipio de Honda por favor no salgas a la calle, quédate los quince días haciendo la cuarentena como era en un principio, por lo menos cinco días para ver si presentas síntomas, si vienes a el municipio de Honda por favor presenta el examen que estas negativo de Covid, porque el panorama es muy delicado pero estoy segura que una vez</p>	
--	--	--	--

		<p>pase esto que esperamos que a unos dos tres meses ya baje un poco el pico de la pandemia sobre todo ese pico tan alto que se está presentando y seguramente vamos a volver a tener mucha afluencia de turistas, porque este destino se ha posicionado muy bien, Honda es un municipio que todavía sigue siendo un pueblo muy tranquilo porque puedes caminar por las calles muy tranquilo tiene un centro histórico muy bonito, tenemos seis monumentos declarados patrimonio nacional y bueno por donde digamos que tenemos también una riqueza gastronómica estar al lado del río, que finalmente estar al lado del río Magdalena es lo que hace a ser Honda lo que es, nosotros crecemos digamos que arquitectónicamente y culturalmente gracias a la ubicación sobre el río Magdalena y todo el movimiento económico que se presentó en este municipio es gracias a esa garganta a esos saltos que están debajo del puente Luis Ignacio Andrade eso nos hacer ser lo que somos ahora mismo este municipio con esta arquitectura</p>	
--	--	--	--

		colonial tan importante y que bueno día a día más personas los están conociendo y están viniendo a hospedarse y a pasar unos días en el municipio de Honda.	
--	--	---	--

<b>Matriz de análisis de las entrevistas</b>			
<b>José María Hoyos</b>			
<b>Académico e historiador del municipio</b>			
<b>N°</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Entrevista 2</b> <b>José María Hoyos</b>	<b>Categorías emergentes</b>
1	¿Cuál es el interés en posicionar al municipio de	El interés más importante para el turismo es la cultura ya porque a que viaja la gente a los sitios, a conocer la cultura a conocer la gente a tener vivencias y paradójicamente Honda se le conoce como la Cartagena del interior y los españoles y los europeos y la gente extranjera tiene un	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Patrimonio cultural</li> <li>• Historia y arquitectura</li> </ul>

	<p>Honda como destino turístico?</p>	<p>referente obligatorio en Honda en más de ser un patrimonio cultural entonces mucha gente quiere establecer el paralelo entre Honda y Cartagena.</p> <p>Ninguna región en Colombia puede jactarse de que en su región tuvo las tres épocas de nuestra historia, la conquista, la colonia y la república. Lo vemos en Honda, lo vemos en Mariquita y lo vemos en Ambalema.</p> <p>Honda como patrimonio se resiste a desaparecer y todavía hay mucha gente que tiene referente en Honda, además hay dos pilares fundamentales que diríamos que hacen a Honda como punto obligatorio y es el museo del río grande de la Magdalena, donde la gente evidencia la historia y la trascendencia que ha tenido el río grande de la Magdalena en la parte comercial, en la parte de navegabilidad y que el río Magdalena y</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Periodo colonial</li> <li>• Periodo republicano</li> <li>• El río Magdalena</li> </ul>
--	--------------------------------------	---	---

		<p>Honda como uno de los puertos más importantes así como Ambalema fueron el centro de la economía colombiana, y el segundo punto que también se ha venido a menos pero no por menos importante es la casa de la dinastía López, que es una hermosura de casa.</p> <p>además de toda la historia que uno puede mencionar de Honda, de sus calles, de sus sitios, de su empedrado, de todas esas cosas que yo considero de que no es un gueto el que Ambalema sea un icono turístico sino es el compromiso con los hórdanos para poder precisamente a través del turismo contar la historia y la trascendencia que tuvo Honda en la historia de Colombia.</p>	
--	--	--	--

2	<p>¿Las iniciativas que han surgido en función de activar el patrimonio cultural del municipio de Honda por medio del turismo han sido por iniciativas sociales, gubernamentales o empresariales?</p>	<p>Yo considero que en primera instancia estaríamos hablando del sector empresarial abonado con los esfuerzos de la comunidad, tristemente el apoyo político ha sido un vaivén permanente a través de las épocas, Fontur hizo un trabajo sobre el producto turístico de Honda, si nosotros vamos al interior de lo que se plantea ahí, tristemente encontramos de que mucha gente en Honda no lo conoce y mucho menos las administraciones, en el tema de preservar el patrimonio cultural y pues a través de ese ejercicio que están haciendo con Fontur y con las cámaras de comercio sobre la activación de la ruta travesía mágica.</p> <p>Entonces en resumidas cuentas considero de que ha sido un factor, un trabajo empresarial liderado en este momento en el Tolima hay un ejercicio muy interesante y es que las tres cámaras de comercio se han unido, están trabajando en forma mancomunada, están compartiendo ejercicios de desarrollo para trabajar el tema del Tolima como una región</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intereses empresariales</li> <li>• Cámaras de comercio</li> <li>• Líderes políticos</li> </ul>
---	---	--	---

		<p>y obviamente contar con presencia de líderes húngaros que están conscientes como lo decía hace un momentico con la obligatoriedad que tienen como ciudadanos y como diríamos como guardas y como vigías de ese patrimonio que se tiene en el municipio</p>	
3	<p>¿Se pueden identificar alianzas de diversos sectores para poner en valor el patrimonio cultural del municipio?</p>	<p>Yo considero que como te decía se están haciendo esfuerzos importantes liderados por el sector empresarial y coordinados con la cámara de comercio y con un apoyo indiscutible positivo de los entes nacionales, específicamente del ministerio y de Fontour y de las otras organizaciones, pero deberíamos en cierta manera demostrar a las autoridades que no deben sino tienen que colaborar con ese aspecto, desafortunadamente en el tema público si los recursos que puede aportar el ente público no están incorporados dentro del plan de desarrollo y no están en un proyecto que permita que se le adicionen recursos a través de rubros es muy difícil que salgan recursos del orden local, es más fácil y tienen más direccionalidad recursos del orden nacional, pero yo considero</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianzas empresariales</li> <li>• Alianzas políticas</li> <li>• Entes nacionales de turismo</li> </ul>

		que indiscutiblemente demostrando a las autoridades locales lo que se puede lograr con el tema turístico, yo creo que es inminente el apoyo que deben dar las autoridades para este trabajo	
4	¿Se puede identificar algún tipo e influencia por parte de poderes políticos para desarrollar turísticamente el municipio a partir de su patrimonio cultural?	<p>Si, Yo creo que todavía se ve alguna apatía yo tuve en alguna oportunidad también un trabajo que hice cuando estaba estudiando en la universidad un trabajo de un proyecto que tenía un alcalde de esa época de hacer como una especie de estanques en las viviendas para poder garantizar la presencia de pescado porque generalmente usted sabe que el mejor pescado que se vende no es tanto en Honda sino en Puerto Bogotá.</p> <p>Entonces quería ya había avanzado el proyecto pero desafortunadamente tuvo muchos tropiezos porque algunos concejales, algunas personas eran contrarios políticos del alcalde de esa época entonces el proyecto murió, pero como le decía no he tenido mucha relación con los gobiernos actuales y no sé y ojala sería muy placentero</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intereses políticos siempre</li> <li>• Recursos económicos</li> <li>• Instrumentalización del patrimonio</li> </ul>



		<p>que cuando te entrevistaras con la directora de turismo del municipio pudieras percibir ese apoyo restricto ese deseo de colaborar con las administraciones, es que como sucede en el tema publico la mayoría de los burgomaestres tienen voluntad política, pero no decisión administrativa y la decisión administrativa es la que genera los recursos entonces como yo te dije hace un momentico si le preguntas a un mandatario usted va a apoyar el turismo, si eso dice mi plan de desarrollo dice apoyemos el turismo le digo bueno entonces dígame cuales son los programas que usted tiene entorno al desarrollo turístico, cuáles son los proyectos que usted tiene frente a esos programas, cuáles son los recursos que destino para esos programas y cuál es la dependencia que va a manejar esos programas y cuáles son los recursos que le va a transferir usted a esos programas y que personal tiene frente a esa dependencia, ahí se va a encontrar con que el administrador del municipio o sea el alcalde se va a embolatar porque no le va a poder responder en forma concreta si, mientras que</p>	
--	--	---	--

		<p>desafortunadamente a nivel empresarial hay más decisión porque, porque aspira a tener una retribución económica como primera medida y a través de ese ejercicio pues puede permitir que la gente disfrute, valide los conocimientos de lo que alguien le ha dicho que es Honda</p>	
5	<p>¿Ha influido el sector comercial-empresarial en la patrimonialización de Honda por medio del turismo?</p>	<p>Si yo creo que sí, si porque pues en virtud a que el tema patrimonial y el tema de la normatividad de sitios culturales, de monumentos que están cobijados por la ley han permitido que inversionistas extranjeros, puedan adecuar casas como alojamientos pero respetando su construcción, respetando su diseño, todo aquello que hace más acogedor el sitio pero desde un punto de vista histórico, o sea que a la vez que la gente disfruta del alojamiento puede tener un referente histórico del sitio donde están, porque por un lado los empresarios y los inversionistas extranjeros son conscientes afortunadamente de que hay que preservar eso porque es un patrimonio histórico invaluable, pero que también se condiciona con base</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas públicas culturales</li> <li>• Inversiones de extranjeros</li> <li>• Intereses económicos</li> </ul>

		<p>en ese respeto y con base en esa preservación los sitios para que como te decía hace un momentico puedan tener una retribución económica importante, entonces indudablemente si ha influido el empresario favorablemente en el tema de la preservación, para que a través de esa preservación la gente pueda conocer la historia, disfrutar el destino y tener como te decía una retribución económica importante.</p>	
6	<p>¿La comunidad ha tenido un papel preponderante en los procesos de patrimonialización del municipio de Honda?</p>	<p>Indiscutiblemente como se dice en un destino la comunidad es la que vende, el empresario solamente comercializa, porque la comunidad es la que dice aquí tenemos esto, esto y aquello, usted no se puede ir de Honda sin conocer aquello sin disfrutar allí, sin estar allá, porque eso es lo que la gente motiva, o sea cuando la gente llega y pregunta a alguien tal sitio el operador turístico o la agencia no está, esta es la comunidad entonces ahí ha habido algunos ejercicios importantes, yo creo que en cierta manera también la presencia de personal egresado de las universidades y de los</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo operativo</li> <li>• Participación selectiva</li> <li>• Egresados de programas de turismo</li> </ul>

		<p>programas de turismo también ha ayudado bastante a eso pero hay en algún momento dado alguna desvinculación diríamos en algunos sectores aún falta un sentido de más pertenencia como dicen en otras regiones una querencia más de lo que se tiene y que eso implica una obligación entorno a lo que se vive, para que puedan ser ellos promotores, propulsores, informadores, entonces yo creo que en ese tema si se ha avanzado bastante en el municipio de Honda, a pesar de que la gente ve mucha más dinámica desde el punto de vista turístico en el municipio de Mariquita que en el municipio de Honda, no sé porque eso lo evidencia la gente en el pasar de un lado al otro, pero yo creo que si se ha avanzado en ese tema bastante.</p> <p>pues yo considero que más ha sido el liderazgo del sector empresarial y del sector gremial cierto, más ha sido ese tema yo creo que la comunidad todavía en ese tema para que asuman su papel falta, no se han compenetrado con ese tema para que ellos verdaderamente puedan</p>	
--	--	---	--

		<p>como dices ser los líderes de ese proceso y la gente que jalone ese desarrollo desde el punto de vista turístico.</p> <p>El caso de Tiberio ha sido un caballito luchador, camellador desde años A si y ha sido consciente y es un promotor y a pesar de que él estaba ejerciendo como docente, pero creo que no era precisamente en Honda sino en otro municipio cercano, pero ha sido un ejemplo diríamos, él si sería un ejemplo patente y viviente de lo que es el compromiso de un hondano con su región.</p>	
7	<p>¿Los procesos de patrimonialización en el municipio han sido incluyentes, participativos y</p>	<p>Pues he lo que te comentaba de nuestro amigo Juan Carlos él ha estado muy atento en ese tema de consejo patrimonial, ha sido un chico muy interesante en eso pues porque es tecnólogo en guianza turística del SENA, es empresario desde el punto de vista de agencia del tema hotelero y su establecimiento hotelero tiene tinte colonial, entonces el sí ha estado mucho más cerca de cuál ha sido el desarrollo de este proceso, cual ha sido la participación comunitaria, cual ha sido el apoyo gubernamental, cual ha</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procesos selectivos según intereses</li> </ul>

	públicos en sus discusiones y toma de decisiones?	sido el apoyo empresarial, él si te puede dar exactamente el diagnostico hoy de ese tema y la visión que se tiene también del desarrollo del municipio de Honda como tal	
8	¿Quién o quiénes son los mayores beneficiados de la patrimonialización a partir del turismo en el municipio de Honda?	Pues yo creo que uno el destino y como tal sus habitantes, los principales beneficiarios de ese proceso son los residentes, son las personas que ven como se pone en valor lo que tienen y pueden expresarlo con orgullo pero tienen la obligatoriedad de conocer porque eso es importante desde el punto de vista histórico como inmueble, desde el punto de vista histórico como personas que hicieron que eso fuera importante y también desde el punto de vista histórico como cuando fueron los hechos que radicarón en que esas personas fueran importantes y que ese inmueble fuera importante para poder valorar y poner en valor ese patrimonio que hoy la gente lo conoce y lo exalta y lo hace que sea un icono turístico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La comunidad y el orgullo que le genera</li> <li>• Ingresos económicos para la comunidad</li> </ul>

		Además, estaría enmarcado en dos cosas fundamentalmente el beneficio económico que representa el que la gente llega a conocerlo, y el beneficio social que la gente va a conocerlo porque es un referente importante en la historia y que por ende tiene un beneficio económico.	
9	¿Cómo han sido utilizadas las políticas públicas y el marco normativo en los procesos de patrimonialización y turistificación en el municipio?	Pues yo creo que muy baja, muy baja porque es que, si nosotros vamos a mirar el documento que saco el ministerio de cultura sobre turismo cultural, debe ser de muy bajo conocimiento en el municipio porque eso implica un compromiso de la administración municipal en preservar los establecimientos patrimoniales, no desde el punto de vista como tal sino dentro del punto de vista territorial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de política pública cultural</li> </ul>

<b>Matriz de análisis de las entrevistas</b>				
<b>Operadores turísticos</b>				
<b>N°</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Entrevista 1 Juan Carlos Nieto</b>	<b>Entrevista 2 Andrés Felipe Casallas</b>	<b>Categorías emergentes</b>
1	¿Qué tipo de comercio ha resultado fortalecido con la llegada del turismo?	Pues ha abarcado toda la cadena turística hablando desde el tema gastronómico los restaurantes han mejorado su calidad se ha diversificado la oferta se han hecho inversiones el tema del terminal de transportes fue fundamental no solamente por ser una estrella vial sino también porque ayuda a conectar con las carreteras, el tema inmobiliario ha mejorado	Bueno le cuento que aquí se han fortalecido en el municipio pues muchos sectores, primero el del alojamiento primero porque la gente viene y hay unos que vienen pensando en un solo día pero no, eso se enamorando esta belleza y se quedan más tiempo, deciden quedarse de un día para otro, entonces hay comenzamos a	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sector empresarial</li> <li>• Sector inmobiliario</li> <li>• El comercio</li> <li>• Los informales</li> </ul>



		<p>muchísimo porque hay una alta demanda de compraventa de inmuebles a causa pues del turismo de que todo el mundo quiere venir a estarse en Honda en el centro del país y en general el comercio se ha habido beneficiando pues por los visitantes que compran localmente</p>	<p>tener esa necesidad porque, como le parece que eso al comienzo la gente pues venía y no que nos vamos pero luego se quedaban y no teníamos a veces no cómo acomodarlos, entonces eso hizo que más gente se interesara y comenzara a hospedar y también imagínese que la alimentación fue una cosa que, el negocio de los restaurantes y todas esas casitas donde la gente le gusta ir a comer los puesticos de las calles eso comenzaron a evolucionar y a crecer porque ya</p>	
--	--	--	--	--

			<p>la gente quería probar cosas de aquí de la zona entonces eso todo el mundo comenzó a vender sus comidas y las cosas típicas de aquí porque la gente siempre viene preguntando por lo rico por lo que comemos aquí y cómo pues aquí nos queda el río también la gente come mucho pescado</p>	
2	<p>¿Se evidencia un comercio formal y organizado que atiende la</p>	<p>Si, existe varios prestadores que se han formalizado, se ha buscado por medio de la campaña conjunta con la administración pública hacer campañas de</p>	<p>Pues vea don Alvelayis como le parece que sí, eso ha habido de todo le cuento porque eso aquí la gente pues o sea eso al comienzo todo el mundo con los</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comercio formalizado</li> <li>• Acompañamiento empresarial</li> </ul>

	<p>demanda de productos y servicios de los turistas?</p>	<p>fortalecimiento en lo que es turismo legal, la policía de turismo ha estado muy atento, cámara de comercio también y entre diferentes sectores se apunta a que Honda tenga un turismo de calidad, para eso hay que ser legales.</p>	<p>que estábamos los que teníamos ahí la empresita pues yo estaba registrado primero como persona, en Cámara de Comercio, pero pues yo no tenía mayor cosa y comenzó toda la gente todos estamos trabajando ahí como a medias luego nos organizamos unos pero pues vemos que también hay otro poco gente que no tiene nada no tiene ni siquiera el “rues” ese que llaman todas esas cosas que se necesitan para unos era un empresario legal pero están</p>	
--	--	--	---	--

			<p>haciendo negocios entonces eso lo desmotiva uno porque como le parece que es todo el mundo allí negociando y haciendo plata y si paga impuestos y uno ya tiene aquí que cumplir con unos registros de unas cosas pero la otra gente no hace nada de eso y sin embargo están haciendo negocios por ahí por las calles en otros locales que hasta abrieron locales y de todo pero no ni tienen registros de la alcaldía, les dice alguna cosa y ellos, yo no sé cómo harán pero están trabajando</p>	
--	--	--	---	--

			y no tienen registro ni nada en últimas estamos trabajando gente que está registrada haciendo las cosas bien y otros que no pero pues no podemos hacer más nada porque uno que más hace con eso.	
3	¿Se identifica un comercio informal incentivado por las dinámicas turísticas en el municipio?	Desafortunadamente estamos en el país del sagrado corazón donde todo tiene dos caras si y uno no puede negar la situación que afecta la informalidad sucumbe en todos los aspectos y si hay informales desafortunadamente.	Pues si porque pues la gente necesita comer necesita es tomarse una cerveza, se toman la cerveza y no les importa quien se la venda, entonces esta alguien con un valde vendiendo cerveza para ese calor pero no les importa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informalidad</li> <li>• Ilegalidad</li> <li>• Migrantes</li> </ul>

			<p>y ese personaje que anda por ahí no tiene no tiene nada ni registro ni nada a veces ni siquiera se lavan bien las manos ni nada pero la gente tiene sed y ellos compran, lo mismo la comida, hay otra gente que ha ido montando por ahí negocios en los andenes y todo vendiendo comidas eso no cuidan y cómo manipulan esos alimentos ni nada, pero la gente tiene hambre o quiere comer una cosa rica y le compran a todo el mundo entonces esa informalidad y a</p>	
--	--	--	---	--

			<p>veces la alcaldía quiere hacer cosas pero como la gente tiene hambre y necesito trabajar entonces alcalde no se pone a pelear con esta gente sino que deja que todos vayan vendiendo y haciendo negocios</p>	
4	<p>¿Considera que se ha desarrollado un comercio con el único propósito de atender la demanda de los turistas?</p>	<p>Estamos en un proceso de transición es un tema de cultura ciudadana, es un tema de apropiación, es un tema de sentido de pertenencia nosotros no podemos competir contra una herencia histórica de que Honda es un pueblo de pescadores y la principal</p>	<p>Si claro señor nosotros hemos hecho unas inversiones ahí hemos ido creciendo como bien lo decía porque ya le había contado más o menos en las empresas en que hemos ido desarrollando con la familia como le decía con las uñas con</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta comercial diversificada</li> <li>• Cámara de comercio</li> <li>• Alcaldía</li> </ul>

		<p>actividad de Honda va a ser el pescado y ojala no deje de serlo porque eso es un insumo cultural, que se organice si se debe organizar y desafortunadamente en una palabra muy coloquial no se pueden colocar todos los huevos en una sola canasta, Honda no puede ser cien por ciento dependiente del turismo tiene que tener una diversidad, entonces respondiendo la pregunta la oferta comercial no está enfocada cien por ciento al turismo, todavía estamos viviendo una transición de haber perdido el ser centro del país en tema</p>	<p>muchas dificultades pero con ganas de hacer negocios pero y hemos ido invirtiendo sí afortunadamente pues tenemos ahí una ocupación mediana en todo en todos los establecimientos pero pues hombre si no hubiera tanta informalidad y las cosas fueran mejores los que hemos estado invirtiendo nos iría mejor y hasta podríamos darle empleo a mucha de esa gente que está haciendo negocios malos por ahí por la calle pero pues la inversión a</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comerciantes</li> </ul>
--	--	--	--	--



		<p>de transporte, estaba muy enfocado a la atención de las personas de paso no al que viene a pernoctar al pasar por lo menos una noche, sino al que va de paso en carretera, apenas se está dando esa transformación de botarse de las carreteras hacia el centro, estamos en ese proceso.</p> <p>La mayor apuesta para fortalecer el turismo y consolidarlo en el municipio lo hacen en forma de trabajo tripartida, entre alcaldía, cámara de comercio y los comerciantes, entre los tres se</p>	<p>veces nos demoramos por recuperar algo porque con tanta informalidad y gente por ahí haciendo negocios por fuera pues no nos da tiempo de organizarnos mejor de recuperar la inversión</p>	
--	--	---	---	--

		apuesta esa oferta porque los tres dependen de eso.		
5	¿Se identifica una relación entre el comercio y los lugares culturales turísticos?	<p>Totalmente, digamos que el mayor atractivo de Honda no solamente recurso sino ya atractivo consolidado es el centro histórico y obviamente los principales sitios de interés la plaza de mercado, puente Navarro, museo del río Magdalena, calle de las trampas, entonces si hay una integración de eso.</p> <p>Además, en términos de ese patrimonio inmaterial del conjunto de ferias y fiestas del municipio se ha empezado a trabajar mucho digamos</p>	<p>Claro señor mire qué la gente viene y entonces bueno aquí hay cosas muy interesantes en el pueblo aquí hay cosas que son por allá; usted sabe que esto fue uno de los puertos principales de desde acá pues Colombia y por aquí entraba toda la riqueza pal centro entonces aquí quedaron muchos sitios quedaron puertos quedaron museos que hay cosas desde mucho tiempo que la gente le gusta venir a</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integración turismo y patrimonio</li> <li>• Patrimonio material</li> <li>• Patrimonio inmaterial</li> <li>• Intereses económicos</li> </ul>

		<p>que en la fiesta popular si o la fiesta tradicional que es el carnaval y reinado popular de la subienda, a partir de unos años anteriores de la administración pasada concretamente, se le empezó a dar un enfoque más cultural que popular, resaltando los rasgos principales de la tradición de Honda como es el río y el pescador, anteriormente se degeneró en solamente fiestas de traer músicos extranjeros, de la venta de licor y ese tipo de actividades pero a partir de ese cambio cultural se le ha empezado a dar otro</p>	<p>visitar pero también hay lo que yo le decía, la comidita el pescadito fresco que sacamos aquí el río pues a la gente le gusta arrimarse comerse su pescado y disfrutar de eso cómo es caliente pues la gente viene y disfruta de los balnearios y de los hoteles que tienen piscina, yo tengo 2 de esos con piscina y esos son más llenos que los otros porque claro, la gente disfruta de esa extra cuando uno le entrega una piscina a un turista entonces el prefiere un hotel con piscina que</p>	
--	--	--	--	--

		<p>enfoque, entonces se ha empezado a vincular y adicionalmente se generó un nuevo festival que es la Magdalena fest que se realiza en Agosto que si destaca lo que es la cultura a lo largo del rio, entonces se busca es hacer ese festival del rio pero de manera cultural.</p> <p>El propósito y con el cual se creó el carnaval de la subienda fue completamente local, era una fiesta para los locales para amenizar un poco todos esos visitantes que llegaban por el pescado en las épocas de enero, febrero y marzo, entonces</p>	<p>los que no tienen piscina porque es más atractivo entonces el calorcito que hace parte de los atractivos de las cosas bonitas de acá ese clima sabroso porque pues Bogotá es bien pero aquí es bien calientico entonces a la gente le gusta venir y disfrutar de toda esa vaina y comerse su pescado en los restaurantes de nuestros hoteles y gozar de las piscinas pero entonces además de esas de esa otra cuestión histórica que ellos vienen aquí y cuando están los guías oficiales pues uno</p>	
--	--	--	---	--

		<p>lo que se buscaba era organizar un poco esa situación que se presentaba que acá llegaban dos veces la población de Honda y era una población flotante que solamente llegaba a llevarse el pescado y a dejar la basura, entonces lo que se pensó era darle otro manejo, no recuerdo hace 50 o 52 años que se creó el carnaval, es muy joven para una tradición de más de 500 años de pescadores, entonces a penas se está fusionando eso y lo que se hizo fue eso, darle como una oferta al local al que ya llegaba acá ahora si se le está</p>	<p>se los recomienda para que los lleven y les den un paseíto pues una lo recomiendo para que lo lleve de no pasa y conozcan todo, , algunos montan en balsitas montan en los inflables que hay en el río y todo el mundo la pasa bien y hacemos buenos negocios pero claro todo esa esa cosa que tenemos aquí el clima y las bellezas naturales porque esto aquí es bien bonito, usted ha visto. Entonces la gente viene y goza de todo eso y claro eso atrae más y más turistas y pues eso</p>	
--	--	---	--	--

		<p>dando una importancia más regional, entonces ya se vinculan lo que son los municipios aledaños y falta, falta todavía un poco más de promoción y venta de las fiestas.</p> <p>No hay colectivos sociales ni cooperativas, se maneja algún tema de patrocinio de patrocinadores privados que aportan económico o en especie para la realización de las fiestas, pero todavía no existe un comité permanente si, existen los comités que se organizan dos tres meses antes, pero no existe un</p>	<p>hace que al venir el turismo pues hombre se incentive el turismo en la zona.</p>	
--	--	--	---	--

		comité permanente de fiestas que haría mucha falta.		
6	¿Se han generado afectaciones a los locales producto de un comercio desarrollado para turistas? Si es así, mencione de qué forma.	Totalmente, digamos es evidente que cuando son las temporadas altas principalmente fin de año haya una saturación de los comercios, Honda no tiene la capacidad de respuesta y no la va a tener por algún tiempo y es algo muy lógico no se puede volcar todo a una temporada, pero si nos falta es preparación entonces el comercio colapsa, las calles colapsan y todo se satura de una forma desordenada,	Si, sobre todo en las temporadas altas como la de semana santa y fin de año cuando llegan miles de turistas y las calles comerciales se colapsan, uno pensaría que esa cantidad de gente beneficia al comerciante y las ventas, pero sucede todo lo contrario, que no consumen, solo caminan y vitrinean y la gente que realmente va a comprar se abstiene ante esas oleadas y mucho más en el tiempo de la	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comercio informal</li> <li>• Afectaciones al comercio formal</li> <li>• Afectaciones económicas</li> <li>• Turistificación</li> </ul>

		<p>entonces si hay una afectación grave a los locales a causa del turismo.</p> <p>En términos económicos hay afectaciones en tema de especulación de los precios, eso es algo que se evidencia desafortunadamente lo que le digo no tenemos todavía la cultura y el hecho de que es preferible volver a vender que hacer una sola venta entonces los precios se suben en todos los aspectos en temas de alojamiento, en temas de transporte, en tema de gastronomía todo vale un</p>	<p>pandemia. Muchos de los turistas que vienen al municipio buscan es el licor la fiesta y la comida y alojamiento barato, los otros productos y bienes no los compran.</p>	
--	--	--	---	--



		poco más y obviamente al local le cuesta más.		
7	<p>¿Considera que han cambiado o se han modificado los hábitos de consumo de los habitantes locales a partir de un comercio orientado a turistas?</p>	<p>Digamos que no se ha cambiado, se ha empezado como a complementar porque si lo hablamos desde el punto de vista gastronómico los locales siguen comiendo pescado, siguen comiendo tamal y lechona y eso no va a cambiar, por lo menos en un tiempo cercano no va a cambiar, por el orden de la gastronomía han empezado a surgir nuevos negocios con una oferta gastronómica diferente a la</p>	<p>Hombre sí, porque la cervecita que tomamos aquí eran cervezas básicas que eran las de aquí las de las de la zona de las más populares ahí las de Bavaria y toda esa cosa, pero uno ahora encuentra por ahí disque Heineken y un poco de cervezas importadas porque claro al turista le gusta esa vaina y aquí a veces vienen extranjeros y piden cosas entonces lo que uno hace es</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas ofertas de consumo orientadas a viajeros</li> <li>• Los locales mantienen sus tradiciones</li> <li>• Arraigo gastronómico</li> </ul>

		<p>tradicional que al local le ha gustado porque lo visita y uno lo ve a través de las redes sociales quienes son los que comentan quienes son los que publican y obviamente son más los locales que los de afuera, entonces si hay un beneficio que se hayan cambiado los hábitos, de pronto lo que digo vuelvo e insisto se complementan y poco a poco pues se va uno adaptando, no podría decir que hay una sustitución si pudiéramos llegar a eso, no lo veo así lo veo es como un complemento.</p>	<p>tomar nota de que es lo que ellos quieren de que lo que quieren consumir entonces empieza uno a traer productos nuevos y entonces comienza a llegar y uno investiga yo como investigó y miró o mis hijos entonces nosotros traemos comidas nuevas y entonces aquí pues hay varios restaurantes que tienen la comida de siempre pero también tienen una carta ampliada nosotros nuestros restaurantes pues hemos ido metiendo vainas internacionales</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta complementaria</li> <li>• Productos importados</li> </ul>
--	--	---	--	---

		<p>Todo lo que sea en pro de mejoramiento y sobre todo vuelvo e insisto todo el tema de cultura ciudadana es bueno nosotros no podemos caer en la degeneración del turismo que se evidencia en otras partes que es un turismo consumista agresivo que degrada, que denigra, que destruye, que contamina entonces creo que vamos muy lento para mi gusto pero si se está haciendo una labor conjunta que puede haber un mejoramiento si seguimos en esa ruta falta más totalmente de acuerdo falta</p>	<p>y comida lo mas de buena ahí más elaborada que al turista le gusta pero que uno trae de afuera porque aquí no se consigue, entonces eso hace que luego el fin de semana viene la gente acá y los de aquí del pueblo también comen entre semana y piden cositas que aquí no son comunes entonces uno trata de hacerle la atención con algunos descuentos a los que uno conoce, pero claro, la carta se amplió de todas las bebidas de las comidas de la ropa ya también</p>	
--	--	---	---	--

		<p>muchísimo, muchísimo por hacer en organización, en ser continuos y ser de procesos no ser reactivos sino un poquito más anticipados.</p>	<p>uno trae otro tipo de bloqueadores solares y cosas que tenemos ahí para la venta porque la gente necesita eso y hay que atenderlos pero todo eso se trae de Bogotá la capital porque eso aquí no se consigue, eso a lo último también los de aquí terminan consumiendo esa vaina porque ven al turista que come una cosa que bebe otra. Eso si el precio para todos es lo mismo sea de acá o turista de afuera, a veces les damos descuentos a los conocidos del pueblo, pero para</p>	
--	--	---	---	--

			todo lo mismo uno no puede dar unos precios a unos y otros a otros, estaría muy mal.	
8	¿Con el desarrollo del turismo, se han fortalecido los comercios y establecimientos tradicionales o a motivado la llegada de empresarios externos?	Ambas cosas han sucedido el local ha visto un poco de mejoramiento en su comercio en sus ventas pero pues también ha llegado mucho capital de otras regiones no digamos que internacional, si han llegado algunos extranjeros pero solamente a invertir de manera inmobiliaria, no se ha visto todavía una inversión extranjera que haga un cambio sustancial o sea acá no ha	Bueno mire señor, entonces a decir verdad, como le decía ahora hombre, nosotros empezamos con las uñas y así lo han hecho otro poco de empresarios aquí en la zona de la región hemos ido creciendo si nos hemos ido fortaleciendo pero cómo le parece es que esa fortaleza eso es raro porque crecemos nosotros pero llega otra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecimiento del comercio local</li> <li>• Incentivos para empresas externas</li> <li>• Llegada de extranjeros</li> </ul>

		<p>llegado un resort una cadena hotelera no ha llegado y ojala no llegue porque ellos sí que generan un desplazamiento del local porque no hay punto de comparación, no hay competencia, entonces por ahora se va viendo una inversión regulada por así decirlo, pero si uno pudiera hablar de afectación si se ha incrementado demasiado el costo de vida y específicamente el costo de la vivienda porque el metro cuadrado ha subido se ha triplicado en los últimos meses de tener un costo de trescientos cuatrocientos mil pesos</p>	<p>gente también llega otra competencia porque claro ellos ven que aquí crece el turismo que aquí hay regiones y pues la gente no estaba preparada para esta cuestión del turismo entonces comenzaron a vender las tierritas a precios muy bajos o sea eso al comienzo había otra gente que sabía más de eso y se nos adelantó y como le parece que comenzaron a comprar tierrita apreció de huevo señor y lo que hicieron fue llenar aquí de lugares ya muy muy muy</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversión regulada</li> <li>• Competencia desleal</li> <li>• Informalidad</li> </ul>
--	--	--	--	---

		<p>metro cuadrado ahorita ya está a millón quinientos dos millones de pesos el metro cuadrado y eso lo ha ocasionado el movimiento de capitales de otras regiones hacia acá.</p> <p>Los bogotanos de capacidad adquisitiva alta están comprando como segunda vivienda y ahí es donde viene el punto y donde viene el pero, en esas segundas viviendas para sustituir un poco los costos de mantenimiento de los inmuebles generan un alquiler, ahí es cuando se presenta la informalidad, ahí es cuando no se estiman costos y</p>	<p>sofisticados y muy bonitos porque es gente que viene a otra parte tiene otra idea una idea más avanzada que nosotros a veces no la alcanzamos a percibir, dejamos volar esas oportunidades y entonces esa gente vino invirtió y tenemos gente aquí extranjeros eso hasta venezolanos que llegaron en la primera oleada que tenían plata porque los que llegaron de últimos son arrancados , no los primeros si tenían plata y esos han comprado tierras invirtieran</p>	
--	--	--	--	--

		<p>empieza a haber una competencia un poco desleal y una competencia por precios que no se debería dar, sobre todo porque son personas primeras ajenas al turismo son turistas pero no saben de turismo y eso es una situación que se presenta en todas las partes porque yo viaje, porque yo conozca algunos destinos no me hace conocedor de turismo y eso es un error graso entonces abren sus establecimientos con un enfoque desde el turista no desde el turismo y ahí empezamos como a debilitar la oferta y a generar unas competencias</p>	<p>aquí y compraron unos balnearios por allá a la entrada, entonces si usted vio cuando venía hay unos balnearios muy bonitos pues eso es de venezolanos esos verriondos vinieron invirtieron y hay otra gente también claro aquí había un señor que vino y se enamoró de la región y él es americano y ese trajo un poco plata también, invirtió en la zona y ha estado llegando un poco de gente aquí invirtiendo porque ellos si saben bastante de esas vainas pues</p>	
--	--	---	--	--



		que no se deben dar y hay que controlar las irregulares.	nosotros ahí vamos y nos hemos fortalecido pero también están llegando extranjeros y con mucha plata a invertir aquí y se están trayendo a su desplazando muchos trabajos de aquí de nosotros.	
9	La planta turística (hoteles, restaurantes, operadores turísticos, entretenimiento, etc.) ¿Pertenece a	No las más grandes son de personas fuera de Honda que han invertido acá por X o Y circunstancia, los hoteles más grandes pertenecen a capitales fuera de Honda administrados y obviamente con colaboradores	Hombre lo que yo le decía, los del pueblo teníamos el balneario, estos evolucionaron y se convirtieron en hoteles, después organizaron las piscinas, organizaron paseos, se volvieron centros vacacionales o	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversionistas locales</li> <li>• Inversionistas y propietarios externos</li> </ul>

	<p>empresarios locales o a empresarios externos?</p>	<p>locales pero han sido dineros que han venido de otras regiones acá el tema de las casas no son tanto de los locales que alquilen sus casas sino de otras personas que compran la casa desplazan al local y generan esa oferta de servicio, entonces subjetivamente hablando consideraría que es mayor el porcentaje de inversión de afuera que la local.</p>	<p>recreacionales y los que teníamos a veces como unas posaditas sobre todo para los camioneros que pasaban a veces por aquí por la vía, pues nosotros ya acondicionamos eso los fuimos volviendo unos hoteles más organizado, pero como le parece que si tenemos de todo acá y ya los otros llegaron con otros conceptos que hasta les hemos aprendido algunas cosas, porque ellos si tenían unas cosas más pues hicieron hoteles ya más organizados y bueno nosotros</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia de inversión foránea</li> </ul>
--	--	---	--	--

			<p>viéndolos a ellos pues fuimos aprendiendo de ellos y también mejorando como locales fuimos evolucionando porque si no nos quedamos por fuera del negocio, pero la idea es que crezcamos todos porque pues ahí vienen los otros y son la competencia.</p>	
10	<p>¿El comercio motivado por el turismo genera oportunidades laborales para los</p>	<p>Considero que esta viene siendo casi la cuarta bonanza de Honda a primera indiscutiblemente en la época precolombina fue el pescado, cruce de caminos, oferta – demanda de pescado, intercambio</p>	<p>Pues hombre, la verdad es que sí si hay empleo, yo le voy a decir una cosa, uno en estos negocios no paga nada de seguros o salarios como usted los menciona, toda la gente que</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bonanzas económicas</li> <li>• Migración permanente</li> </ul>

	<p>habitantes locales, o se puede identificar la llegada de personal externo para laborar en los establecimientos?</p>	<p>de mercancías, posteriormente vino la bonanza del oro durante la época de la colonia aunque el único interés de la colonia acá era el oro, después de que el oro empezó a menguar un poco vino la segunda expedición botánica trayendo un poco de comercio de especias y otro tipo de recursos naturales complementarios al oro sin decir que el oro bajo ya finalmente con la expulsión de los españoles, Honda se quedó sin oro, sin especias, sin nada de comercio, vino una crisis económica muy fuerte la cual fue compensada un</p>	<p>estamos en estas empresas ya tenemos como un estándar en la región, uno paga por el día por la jornada y si al día siguiente no vino pues no se le paga, en la región no se usa esa vaina de esos contratos, porque acá es día laborado día pagado entonces eso no es que ya no viene o que me enfermé y qué vas a ir ganando no, ahora la gente aquí pues tiene SISBEN y tienen otras cosas ellos no necesitan esa cuestión de salud para que les voy a estar pagando. Tengo unos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mano de obra barata</li> <li>• Informalidad laboral</li> <li>• Turismo como apoyo económico</li> <li>• Alto costo de vida</li> </ul>
--	--	--	---	---

		<p>poco con el café. Honda tuvo una bonanza y se puede ver en esa Honda industrial que fue un auge, una bonanza económica con respecto al café todo entorno al café por el rio porque tenían que sacar el café por acá, posteriormente del café cuando el café ya se acaba o por lo menos el comercio acá se acaba, el transporte acá que se abren las carreteras a partir más o menos de 1950 cambia ya toda esa historia, viene Bavaria y monta una empresa que tenía más o menos 3.500 empleados de la cual fue parte del</p>	<p>que si claro, el que está de tiempo completo como los administradores de los establecimientos pues están fijos.</p>	
--	--	--	--	--

		<p>desarrollo de Honda, parte de ese exceso de dinero que circulaba acá porque había un exceso de dinero, también encareció demasiado la vida, cuando Bavaria se fue viene otra vez la crisis económica en la cual Honda no se pudo recuperar hasta ahora último que el turismo está empezando a dar, si uno fuera un poco estudioso de la situación esto también va a pasar el turismo a Honda no le va a durar para siempre va a ser algo pasajero no sabemos cuánto nos queden diez años, si nos queden 20 años, o si nos queden</p>		
--	--	---	--	--

		<p>apenas un año, dos años no lo sabemos esperaríamos que por lo menos tuviéramos unos veinte o treinta años más para poderla aprovechar, en eso porque me extiende porque Honda ha sido un puerto y seguirá siendo un puerto y que tienen los puertos personas que van y vienen aquí ha llegado, había un, hay un lugar que se llama plaza de las Américas y porque se llama así, porque llegaba personas de toda parte de América a comerciar y eso sigue siendo no digamos que todas partes de América pero si de</p>		
--	--	--	--	--

		<p>Colombia, los migrantes Venezolanos se han quedado acá entonces a la respuesta si, si ha llegado personas de afuera a trabajar acá si pero de lo que yo conozco es más el local en temas de prestación de servicios es más el local que el extranjero o que fuera del residente de acá o sea se sigue respetando la mano de obra local.</p> <p>O sea que ese turismo que se ha consolidado acá si le está generando oportunidad laboral, de manera no formal por lo mismo, porque como Honda no tiene una</p>		
--	--	--	--	--



		<p>demanda constante entonces no permite tener una formalización de la parte laboral, no se le puede garantizar a una persona un sueldo fijo, unas prestaciones, no se puede porque no lo permite, por la misma temporalidad del turismo porque no se ha podido romper esa estacionalidad del turismo y eso solamente se logra con promoción y mercadeo, es la única forma, Honda sola no se va a posicionar.</p> <p>La actividad comercial desarrollada en el municipio a partir del turismo genera efectos</p>		
--	--	--	--	--

		<p>económicos, los impactos directos son positivos, no solamente teniendo una visión positiva de las cosas, sino porque volvemos a lo mismo Honda desafortunadamente tiene ingresos de temporada la subienda no es permanente es por temporada, Honda no cuenta con industrias manufactureras que contraten grandes cantidades de personas, tiene unas pequeñas empresas, pero digamos que la mayor contratación que se presenta en el municipio son empleados públicos llámese hospital, alcaldía y</p>		
--	--	--	--	--

		<p>demás entidades públicas entonces el turismo llega a ser un aportante económico interesante en las oportunidades laborales que falta, falta muchísimo y faltaría diversificar la oferta no podemos concentrarnos en un solo tipo de oferta porque eso es grave.</p> <p>También existen impactos negativos como son el incremento del costo de vida, la estacionalidad de la demanda, la informalidad en términos laborales, principalmente esos.</p>		
--	--	---	--	--

<b>Matriz de análisis de las entrevistas</b>					
<b>Empresarios del sector turístico y hotelero</b>					
<b>Nº</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Entrevista 1</b> <b>Luis Esteban</b> <b>González</b>	<b>Entrevista 2</b> <b>María Luisa</b> <b>Ostos</b>	<b>Entrevista 2</b> <b>Fausto Emilio</b> <b>Grosso</b>	<b>Categorías</b> <b>emergentes</b>
1	¿Qué tipo de comercio ha resultado fortaleció con la llegada del turismo y con el afianzamiento	Bueno pues evidentemente con la llegada del turismo llegan viajeros llegan personas demandando diferentes tipos de servicios turísticos principalmente el tema de	Bueno mira el comercio que se ha favorecido son las empresas del sector como son los guías, como son los hoteles, los restaurantes, los medios de transporte	le cuento que aquí se han fortalecido en el municipio pues muchos sectores, primero el del alojamiento primero porque la gente viene y hay unos que vienen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoteles</li> <li>• Restaurantes</li> <li>• Agencias de viajes</li> <li>• Guías de turismo</li> <li>• Artesanías</li> <li>• Informales</li> </ul>

<p>del turismo en el municipio de Honda? ¿Cuál es el comercio que usted considera que se ha fortaleció más?</p>	<p>los servicios de alojamiento en hoteles en diferentes formas del alojamiento las diferentes tipologías del alojamiento que hay en el municipio también es el tema de las agencias de viaje, los guías de turismo, sin embargo también hay un tema comercial que gira alrededor de este tipo de visitantes que es todo lo que tiene que ver con la venta de artesanías,</p>	<p>pues que llegan aquí a nuestro municipio es lo que más se ha fortalecido, también debemos tener en cuenta que dentro de ellos está el sector del comercio que ofrecen diferentes productos lo que son los supermercados, las tiendas, los remates, todo ese tipo de comercios todo eso se ha favorecido con el</p>	<p>pensando en un solo día pero no, eso se enamorando esta belleza y se quedan más tiempo, deciden quedarse de un día para otro, entonces hay comenzamos a tener esa necesidad porque, como le parece que eso al comienzo la gente pues venía y no que nos vamos pero luego se quedaban y no teníamos a veces no</p>	
---	---	---	--	--

		souvenirs y demás tipos de elementos culturales que consumen estas personas.	turismo aquí en el municipio de Honda.	cómo acomodarlos, entonces eso hizo que más gente se interesara y comenzara a hospedar y también imagínese que la alimentación fue una cosa que, el negocio de los restaurantes y todas esas casitas donde la gente de gusta ir a comer los puesticos de las calles eso comenzaron a evolucionar y a crecer	
--	--	--	--	---	--

				<p>porque ya la gente quería probar cosas de aquí de la zona entonces eso todo el mundo comenzó a vender sus comidas y las cosas típicas de aquí porque la gente siempre viene preguntando por lo rico por lo que comemos aquí y cómo pues aquí nos queda el río también la gente come mucho pescado</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>y todo entonces casitas y en la plaza de mercado y la gente iba buscando el pescado frito o sudado y entonces pues ahí todos nos hemos ido beneficiando de y eso un poco de gente también ha hecho negocio con eso porque pues comienzan a vender cosas que los turistas necesitan y ha y hasta</p>	
--	--	--	--	--	--



				que no necesitan pero pues todo el mundo se beneficia gracias a dios tenemos trabajito	
2	¿Se evidencia un comercio formal y organizado que atiende la demanda de productos y servicios turísticos, el comercio está	Si claro, evidentemente al lugares hay escenarios apropiados para el comercio de igual forma pues también los empresarios nos organizamos de forma asociativa con los diferentes prestadores	claro que sí mira, nosotros como empresarios nos hemos organizado en asociaciones buscando que el trabajo pues sea colaborativo y sea mucho más responsable a eso me refiero con que nos hemos	Pues vea don Alvelayis como le parece que sí, eso ha habido de todo le cuento porque eso aquí la gente pues o sea eso al comienzo todo el mundo con los que estábamos los que teníamos ahí la	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comercio formal</li> <li>• Asociaciones empresariales</li> <li>• Alianzas comerciales</li> <li>• Convenios entre empresarios</li> </ul>

	<p>organizado y formalizado?</p>	<p>servicios turísticos y pues ahí también hay un importante nicho de organización turística, sin embargo pues también hay informalidad como cualquier lugar del país, pues tenemos comercio informal, tipos de actividades de operadores que no cumplen con el registro nacional de turismo o con algún aspecto legal pero en términos generales</p>	<p>agrupado formalmente con la alcaldía, con la cámara de comercio y con otros entes para hacer que todo sea mucho más formal sea más organizado y eso se evidencie tanto en el trabajo que nosotros hacemos y lo evidencien los turistas.</p>	<p>empresita pues yo estaba registrado primero como persona, en Cámara de Comercio, pero pues yo no tenía mayor cosa y comenzó toda la gente todos estamos trabajando ahí como a medias luego nos organizamos unos pero pues vemos que también hay otro poco gente que no tiene nada no tiene ni</p>	
--	----------------------------------	---	--	--	--

		<p>tenemos de los dos, yo diría que principalmente el formal en cuanto a los aspectos de alojamiento y demás, pero bueno ya en temas comerciales y otros tipos de servicio si se evidencia que hay una gran parte del comercio informal.</p>		<p>siquiera el “rues” ese que llaman todas esas cosas que se necesitan para unos era un empresario legal pero están haciendo negocios entonces eso lo desmotiva uno porque como le parece que es todo el mundo allí negociando y haciendo plata y si paga impuestos y uno ya tiene aquí que cumplir con unos</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>registros de unas cosas pero la otra gente no hace nada de eso y sin embargo están haciendo negocios por ahí por las calles en otros locales que hasta abrieron locales y de todo pero no ni tienen registros de la alcaldía, les dice alguna cosa y ellos, yo no sé cómo harán pero están trabajando y no tienen registro ni nada en</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>últimas estamos trabajando gente que está registrada haciendo las cosas bien y otros que no pero pues no podemos hacer más nada porque uno que más hace con eso.</p>	
3	<p>¿Se identifica un comercio informal que ha sido incentivado</p>	<p>Si claro, evidentemente como le mencionaba hay un comercio, hay bastante informalidad hay</p>	<p>sí, sí sé evidencia que sea un comercio informal porque hay mucho turista que llega</p>	<p>Pues si porque pues la gente necesita comer necesita es tomarse una cerveza, se toman la cerveza y</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informalidad</li> <li>• Ilegalidad</li> <li>• Inmigrantes</li> <li>• Inseguridad</li> <li>• Delincuencia</li> </ul>

	<p>por toda la dinámica turística acá en el municipio de Honda?</p>	<p>bastantes, digamos comercio que no paga impuestos que no tienen un local asignado, muchas ventas ambulantes producto también de pues de muchas ilegalidad de mucho comercio informal en parte también por algunos migrantes que no tienen un estatus legal en el país y pues digamos es una dinámica que se da en el país y Honda no es la</p>	<p>entonces por ejemplo las personas buscan ofrecer también sus productos en las calles, entonces te hablo específicamente del pionono, el pionono es un producto muy de onda, muy del municipio, muy local entonces como ya se ha corrido el voz a voz entonces la gente llega a buscar el pionono entonces los</p>	<p>no les importa quien se la venda, entonces esta alguien con un valde vendiendo cerveza para ese calor pero no les importa y ese personaje que anda por ahí no tiene no tiene nada ni registro ni nada a veces ni siquiera se lavan bien las manos ni nada pero la gente tiene sed y ellos compran, lo mismo la comida, hay</p>	
--	---	---	--	---	--

		<p>excepción digamos de este evento.</p>	<p>comerciales perdón los comerciantes informales lo que hacen es aprovechar ese turista para vender sus productos entonces eso es lo que ha generado que el comercio sea informal y también estén ellos, también hay mucho venezolanos mucho inmigrante venezolano entonces ellos lo que buscan es coger cualquier</p>	<p>otra gente que ha ido montando por ahí negocios en los andenes y todo vendiendo comidas eso no cuidan y cómo manipulan esos alimentos ni nada, pero la gente tiene hambre o quiere comer una cosa rica y le compran a todo el mundo entonces esa informalidad y a veces la alcaldía quiere</p>	
--	--	--	---	---	--

			<p>producto para comercializarlo eso también hace parte el comercio informal. Y a eso súmele la delincuencia e inseguridad que llega con ellos.</p>	<p>hacer cosas pero como la gente tiene hambre y necesito trabajar entonces alcalde no se pone a pelear con esta gente sino que deja que todos vayan vendiendo y haciendo negocios y qué todos estén contentos y que nadie le ponga problema alcalde y pues el alcalde también va dejando que todo esto suceda y</p>	
--	--	--	---	--	--



				<p>pues a veces la cámara viene nos da charlas y todo pero pues esa gente no va porque como a ellos no les interesa tener registros de ningún tipo pues para que van a ir a esa vaina ellos no van entonces en últimas en el comercio sigue así así unos legales y otros ilegales.</p>	
4	¿Qué han hecho ustedes	Bueno lo que hacemos es a través de las	Es una situación muy difícil porque eso	Eso es un problema de nunca	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes de asociación</li> </ul>

	<p>como empresarios del sector turístico y hotelero de Honda para enfrentar ese comercio informal que termina afectándolos a ustedes?</p>	<p>redes de asociación que tenemos brindar convenios, descuentos de pronto en unos lugares como para incentivar los establecimientos que somos legales, de pronto e consumo en descuentos promociones sí, pero igual, muchas de esas acciones se quedan pequeñas ante tanta informalidad de lo que es comercio al detal, el comercio sobre todo de</p>	<p>no lo controla nadie y tampoco hay voluntad política para eso, usted como le dice a una persona que no trabaje sabiendo que es el medio para llevar la comida a sus hijos, el problema es que como ese problema no se interviene cada vez más son las personas que entran en ese modelo de trabajo, el subempleo sigue creciendo y eso</p>	<p>acabar, y empiezo por esto, como le dice uno o se persigue a la gente que está tratando de ganarse la vida para mantener a su familia diciéndole que no lo haga que se vaya, es muy difícil, todos tenemos derecho al trabajo, es la situación del país la que es muy difícil, la gente tiene que trabajar de cualquier modo y</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Convenios</li> <li>• Descuentos y promociones</li> <li>• Denunciar</li> </ul>
--	---	--	---	---	--

		<p>pequeños productos de alimentos y bebidas de artesanías y ese tipo de cosas.</p>	<p>también hay que decirlo que está asociado a la llegada masiva de inmigrantes venezolanos, los cuales no están legales y no pueden ser ubicados formalmente a la economía, su única forma de sobrevivir es la venta ambulante y a eso súmele que esa informalidad también incentiva la delincuencia</p>	<p>vender cosas a los turistas es una forma, lo que si se debe hacer es tratar de organizarlos en ciertos puntos, sé que en eso está la alcaldía pero no es fácil porque siguen llegando sobre todo inmigrantes venezolanos son demasiados y súmele los colombianos, eso es un problema estructural del</p>	
--	--	---	---	---	--

			<p>inseguridad y acá en Honda ya la asociamos con los venezolanos. De todas maneras, seguimos fortaleciendo las asociaciones empresariales y el trabajo articulado con la Cámara de Comercio.</p>	<p>gobierno que no lo vamos a resolver en Honda ese problema seguirá hay es que aprender a vivir con eso y que no terminé en vandalismo e inseguridad.</p>	
5	<p>¿Usted considera que se ha desarrollado un comercio con el único</p>	<p>Sí pues evidentemente Honda es uno de los lugares históricos más importantes del país y</p>	<p>sí, se ha orientado a satisfacer la necesidad del turista y aquí con estos se benefician todos los</p>	<p>Si claro señor nosotros hemos hecho unas inversiones ahí hemos ido creciendo como bien lo decía</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Segmentación de mercado</li> <li>• Alianzas con la gobernanza</li> </ul>

	<p>propósito de atender la demanda de los turistas?</p>	<p>pues eso lleva a que hay una segmentación de mercado hay muchas personas que quieren conocer este atractivo turístico cultural y colonial y pues desde esta perspectiva esos turistas han venido en aumento y pues al aumentar la demanda de visitantes pues se debe incrementar las plataformas y la oferta de servicios turísticos</p>	<p>establecimientos locales, tengamos en cuenta que son hoy, pues hay muchos están los hoteles, los bares, los restaurantes, está el transporte local, también está el transporte intermunicipal e interdepartamental, entonces si claro si se ha desarrollado mucho el turismo porque pues eso la idea es que los</p>	<p>porque ya le había contado más o menos en las empresas en que hemos ido desarrollando con la familia como le decía con las uñas con muchas dificultades pero con ganas de hacer negocios pero y hemos ido invirtiendo sí afortunadamente pues tenemos ahí una ocupación mediana en todo en todos los</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumento en la oferta de servicios</li> </ul>
--	---	---	--	---	---

		<p>respondiendo a un comercio a una actividad económica alrededor de los visitantes entonces desde esa perspectiva si existe un comercio digamos unos precios o unos productos que están diseñados digamos con target hacia un mercado objetivo que son los viajeros porque obviamente es diferente el precio y las características de los</p>	<p>turistas vengan se enamoren de Honda entonces eso puedes si nos ha el comercio sí se ha desarrollado mucho para atenderlos directamente a ellos.</p>	<p>establecimientos pero pues hombre si no hubiera tanta informalidad y las cosas fueran mejore los que hemos estado invirtiendo nos iría mejor y hasta podríamos darle empleo a mucha de esa gente que está haciendo negocios malos por ahí por la calle pero pues la inversión a veces nos</p>	
--	--	--	---	--	--

		servicios para las personas locales que para las personas que visitan el municipio.		demoramos por recuperar algo porque con tanta informalidad y gente por ahí haciendo negocios por fuera pues no nos da tiempo de organizarnos mejor de recuperar la inversión y poder dar más fuente empleo porque es sí estamos full pue vamos a necesitar más gente en la empresa en los hoteles en los	
--	--	---	--	--	--

				restaurantes pero como no estamos full porque hay mucha gente que está por ahí comprando por fuera pues nos queda duro.	
6	¿Se identifica una relación entre el comercio y los lugares culturales y turísticos?	Sí claro evidentemente, en muchos de estos lugares tienen una infraestructura diseñada para recibir viajeros pero también alrededor de los museos alrededor de los lugares de interés arquitectónico	Sí, sí bastante se identifica porque el turista llega en busca de ese destino por consiguiente se vuelve un consumidor y activa muchísimo el comercio entonces él va y busca el que no llega al	Claro señor mire qué la gente viene y entonces bueno aquí hay cosas muy interesantes en el pueblo aquí hay cosas que son por allá; usted sabe que esto fue uno de los puertos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adecuación de infraestructura</li> <li>• Articulación de oferta con los bienes culturales</li> <li>• Actividades turísticas asociadas</li> </ul>



		<p>y demás elementos pues si hay diferentes actividades comerciales tanto formales como informales también muchos vendedores ambulantes sobre todo buscando vender cosas de ese tipo pero pues obviamente también hay tiendas especializadas que cumplen con todos los, con todos los requisitos y con toda la formalidad del caso, pero</p>	<p>municipio entonces necesito conocer los sitios turísticos municipio ahí empieza el guía, entonces ahí ya vamos a necesitar él va a necesitar de un guía que lo ubique, le muestre bueno esta es la calle las trampas, este es el museo del río Magdalena, que lo lleve a hacer todo ese tour entonces ahí que luego le da calorcito,</p>	<p>principales de desde acá pues Colombia y por aquí entraba toda la riqueza pal centro entonces aquí quedaron muchos sitios quedaron puertos quedaron museos que hay cosas desde mucho tiempo que la gente le gusta venir a visitar pero también hay lo que yo le decía, la comidita el pescadito fresco que</p>	
--	--	--	---	---	--

		si existe una relación entre esos dos aspectos.	entonces necesita ir a tomarse un helado a comerse un almuerzo, entonces ahí se nos activa muchísimo el comercio, entonces sí es muy importante el turista y estos lugares como tal para que se nos active el comercio.	sacamos aquí el río pues a la gente le gusta arrimarse comerse su pescado y disfrutar de eso cómo es caliente pues la gente viene y disfruta de los balnearios y de los hoteles que tienen piscina	
7	¿Cómo los empresarios han establecido alianzas con la	Si existen algunos acercamientos sobre todo con la secretaria de desarrollo económico y	sí claro cómo te decía anteriormente, como nosotros estamos en asociación y	La verdad yo no estoy muy enterado de eso, sé que hay iniciativas desde la	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianza empresa gobernanza</li> <li>• Desarrollo económico</li> </ul>

	<p>alcaldía para la conservación del patrimonio cultural en vista de que lo están usando y aprovechando?</p>	<p>con la secretaría de cultura pues teniendo que por un lado que la secretaria de desarrollo económico busca que exista un desarrollo de comercio optimo y un desarrollo empresarial pues que permita el crecimiento de los establecimientos comerciales del municipio, pero por otro lado también la secretaria de cultura siempre buscas</p>	<p>estamos de la que mano con alcaldía y cámara de comercio si se ha hecho eso si hay una restauración de los sitios turísticos y se le tiene cuidado a que todo esté limpio, a que todo esté en las condiciones adecuadas para que el turista pues sea de su agrado, se le hace inversión al museo del río Magdalena, entonces se</p>	<p>alcaldía para integrar al empresariado en actividades de conservación, pero yo usualmente delego eso a los administradores, de todas maneras, somos conscientes que es necesario cuidar esos bienes patrimoniales porque es lo que hace que la gente llegue y no toda la gente es cuidadosa con eso. Pero si se</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Patrimonio como recurso</li> </ul>
--	--	---	--	--	---

		<p>salvaguardar esos lugares, porque de igual forma el turismo genera un impacto en el territorio que muchas veces económicamente puede ser positivo pero culturalmente también hay un deterioro y hay algunas acciones pero la verdad a veces se quedan cortas no es que se cumplan al 100% todos los lineamientos que</p>	<p>actualiza que tengan su vídeo beam que todos sus espacios estén limpios y con cada uno de los sitios turísticos se hace esta restauración este mantenimiento mensual para que todo esté de acuerdo y agradable al ojo del turista.</p>	<p>hace y se debiera hacer más-</p>	
--	--	---	---	-------------------------------------	--

		establece la alcaldía frente a estos temas.			
8	¿Con el desarrollo del turismo se han fortalecido los comercios establecidos tradicionales o también ha motivado la llegada de empresarios externos?	Sí, pues básicamente yo creo que hay un fortalecimiento de los comercios tradicionales, eso es evidente hay expansión, hay ampliación de estos negocios, son negocios que ya tienen dos o tres sedes, lo mismo pues, se ha aumentado el número de camas y el numero	bueno las dos cosas porque el local quiere ofrecer más productos y mejores servicios obviamente para ser más rentable si, no se van a quedar atrás sino que ellos quieren ir a la vanguardia de la situación entonces pues ellos van a van a van a ser más rentable y van a	Bueno mire señor, entonces a decir verdad, como le decía ahora hombre, nosotros empezamos con las uñas y así lo han hecho otro poco de empresarios aquí en la zona de la región hemos ido creciendo si nos hemos ido fortaleciendo pero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecimiento de comercio</li> <li>• Crecimiento de la oferta</li> <li>• Inversión local</li> <li>• Inversión externa</li> <li>• Extranjeros con capital</li> </ul>

		<p>habitaciones para la oferta dl servicio de alojamiento que son personas de la región pero también han llegado evidentemente empresas que no son de la región 0a participar, digamos qué hay un pedacito para todos lo que quieran hacer parte de la oferta de servicios turísticos y pues es algo natural, es algo normal que sucede en cualquier destino turístico</p>	<p>ofrecer mejores servicios verdad, pero los extranjeros también van a llegar al municipio de Honda porque ellos aquí ven una muy buena oportunidad de inversión en el municipio por cómo te decía el municipio es un lugar muy central, tiene mucha historia tiene una importancia súper con el río</p>	<p>cómo le parece es que esa fortaleza eso es raro porque crecemos nosotros pero llega otra gente también llega otra competencia porque claro ellos ven que aquí crece el turismo que aquí hay regiones y pues la gente no estaba preparada para esta cuestión del turismo entonces comenzaron a vender las tierritas a</p>	
--	--	--	---	---	--

		<p>pues eso incita que haya una competitividad en estos establecimientos turísticos entonces si hay un crecimiento local pero también han llegado a empresas extranjeras y empresas que no son de la región</p>	<p>Magdalena y también tiene en las vías de acceso entonces digamos sólo a 4:00 horas esta Manizales a 2:00 horas está el Fresno a 40 minutos de esta Mariquita nos une con el Tolima bueno hay muchas regiones que pueden pasar por acá entonces eso hace que también sea muy importante para la inversión extranjera.</p>	<p>precios muy bajos o sea eso al comienzo había otra gente que sabía más de eso y se nos adelantó y como le parece que comenzaron a comprar tierrita apreció de huevo señor y lo que hicieron fue llenar aquí de lugares ya muy muy sofisticados y muy bonitos porque es gente que viene a otra parte tiene otra</p>	
--	--	---	---	---	--

				<p>idea una idea más avanzada que nosotros a veces no la alcanzamos a percibir, dejamos volar esas oportunidades y entonces esa gente vino invirtió y tenemos gente aquí extranjeros eso hasta venezolanos que llegaron en la primera oleada que tenían plata porque los que</p>	
--	--	--	--	--	--



				llegaron de últimos son arrancados	
9	¿La planta turística (hoteles, restaurantes, operadores turísticos, servicios de entretenimiento) pertenecen a los empresarios locales o también pertenecen a	Bueno pues no tendía un dato exacto pero si la gran mayoría pertenece a empresarios locales obviamente hay una participación de empresas externas que digamos tampoco es muy mínima pero sí tiene digamos de empresas externas tienen digamos una participación allí en diferentes, sobre todo la	bueno la mayoría pertenecen a empresarios locales son personas que llevan muchísimo tiempo aquí o que han heredado sus territorios digámoslo así de generación en generación si, que ellos no quieren salir de su patrimonio porque pues es algo que es como de corazón o porque ven	Hombre lo que yo le decía, los del pueblo teníamos el balneario, estos evolucionaron y se convirtieron en hoteles, después organizaron las piscinas , organizaron paseos, se volvieron centros vacacionales o recreacionales y los que teníamos a veces	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresarios locales</li> <li>• Operadores locales</li> <li>• Empresarios externos</li> <li>• Extranjeros con capital</li> <li>• Viviendas turísticas</li> </ul>

	<p>empresarios externos?</p>	<p>parte de restaurantes y hoteles porque muchas veces de los operadores turísticos si son personas de la región que conocen el territorio son las que conocen, digamos llevan a los turistas aunque también hay empresas y agencias de viajes que evidentemente traen a viajeros de otros lugares, pero si hay una participación importante de empresarios externos</p>	<p>ahí la oportunidad de seguir avanzando y seguir con la tradición verdad, pero también hay una inversión extranjera empresarios de afuera porque ven muy atractivo el municipio lo que decíamos anteriormente por su historia sus atractivos y mucho más la posibilidad de hacer</p>	<p>como unas posaditas sobre todo para los camioneros que pasaban a veces por aquí por la vía, pues nosotros ya acondicionamos eso los fuimos volviendo unos hoteles más organizado, pero como le parece que si tenemos de todo acá y ya los otros llegaron con otros conceptos que hasta les hemos</p>	
--	------------------------------	--	--	---	--

		<p>en estas dinámicas turísticas.</p> <p>¿Usted conoce de extranjeros que hayan comprado en este caso en el casco histórico de Honda y que los estén alquilando como alojamientos y si están formalizados?</p> <p>Sí y sobre todo eso es muy común, sobre todo en las viviendas que tienen un interés arquitectónico se han</p>	<p>negocios con la llegada de turistas.</p>	<p>aprendido algunas cosas, porque ellos si tenían unas cosas más pues hicieron hoteles ya más organizados y bueno nosotros viéndolos a ellos pues fuimos aprendiendo de ellos y también mejorando como locales fuimos evolucionando porque si no nos quedamos por fuera del negocio, pero la idea es que</p>	
--	--	---	---	---	--

		<p>adecuado ya algunas para hoteles tipo Boutique otras para hostales o sus derivados y si algunas evidentemente son de personas extranjeras.</p>		<p>crezcamos todos porque pues ahí vienen los otros y son la competencia.</p>	
10	<p>¿Se le está generando oportunidades laborales a los habitantes del municipio?</p>	<p>Bueno esa pregunta es muy importante, porque si bien, por ejemplo en un hotel se debe contar con personal de planta que son las personas que siempre están digamos que tienen un empleo de</p>	<p>bueno mira si hay oportunidad para local obviamente en la temporada, cuándo tenemos pues las temporadas fuertes se requiere mucho más contratación, porque pues va a llegar mucho</p>	<p>Claro que si, en la medida en la que el turismo crezca y lleguen turistas se necesitará de gente que trabaje para atenderlos, uno se da cuenta los fines de semana que llega tanta</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estacionalidad</li> <li>• Empleo ocasional</li> <li>• Empleos informales</li> <li>• Inmigrantes</li> </ul>

		<p>tiempo completo en la región pues obviamente estos empleos son para personas de la región para los habitantes del municipio, Pero en muchos casos el turismo tiene una dinámica y es que, como el turismo es de muchos vaivenes, es estacionario es de temporadas, hay épocas en las que llegan más viajeros que otras épocas del año que es más difícil</p>	<p>más turistas entonces sí hay una sí hay una contratación de mano de obra local digamos que hay personas con las que ya los hoteles o algo así están acostumbrados a trabajar y se llaman y ya es como un trabajo repetitivo siempre con ellos, pero el tema de los inmigrantes si la verdad ha generado lastimosamente</p>	<p>gente, los hoteles se llenan, los restaurantes, los bares y todo el comercio en general, eso hace que se necesite contratar gente, eso sí, se les contrata por días, entonces la mayoría de las personas trabaja es el fin de semana o las temporadas de vacaciones fuertes pues entre semana no hay mucho que hacer,</p>	
--	--	---	---	--	--

		<p>entonces muchas veces esos empleados se vuelven empleados estacionarios es decir que, muchas veces se debe contratar a una persona sólo por un mes o los fines de semana, entonces hay alguna proporción de empleos que son empleos formales fijos pero también hay algunos empleos estacionarios y digamos que también hay, el</p>	<p>desplazamiento local como te lo contaba anteriormente eh hay mucho inmigrante venezolano aquí bastante entonces ellos hacen que se desplace a local y pues es obra es mano de obra más barata entonces eso también genera que haya un desplazamiento a pesar de que en el municipio también a local se tiene</p>	<p>pero si la gente maneja bien su dinero con eso viven, los que trabajan conmigo así lo hacen y viven cómodamente, sin lujos pero se puede vivir, uno quisiera darles mayor calidad de empleo pero eso no es posible, por eso tenemos que seguir trabajando para que más gente llegue y se quede entre semana, eso es lo ideal.</p>	
--	--	--	---	--	--

		<p>turismo también genera empleos indirectos, entonces en ese sentido, también en esos empleos indirectos en algunos casos formales en otros casos son informales en algunos casos son personas de la región sobre todo en los informales evidenciaba pues muchos colombianos pero también algunos migrantes venezolanos</p>	<p>en cuenta pero pues eso nos ha generado mucho desplazamiento la inmigración.</p>		
--	--	--	---	--	--

		que trabajan en la informalidad digamos allí en estas dinámicas de empleo de la región.			
<b>Matriz de análisis de las entrevistas</b>					
<b>Habitantes del municipio de Honda</b>					
N°	Pregunta	Habitante 1	Habitante 2	Habitante 3	Categorías emergentes
1	¿Usted puede percibir beneficios tangibles generados por el turismo en el	La verdad no, yo nunca he estado vinculado a ninguna actividad asociada al turismo, personalmente no me he visto beneficiada,	Yo creo que sí, el municipio está más bonito, más aseado, se ve organización del comercio, está el problema de los	Indiscutiblemente esos beneficios se pueden identificar al igual que los problemas, si me pregunta por los beneficios se ve que la alcaldía ha invertido	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Áreas públicas</li> <li>• Centro histórico</li> <li>• Beneficios selectivos</li> <li>• Empleos locales</li> <li>• Comerciantes</li> <li>• Empresarios</li> </ul>



	<p>municipio de Honda?</p>	<p>se de amigos y conocidos que han trabajado en hoteles, centros vacacionales, pero pues trabajan por un sueldo, ellos de cualquier forma si se benefician. Por otro lado, considero que, si se ha trabajado en temas de embellecimiento de las áreas públicas, las plazas y los parques, pero solo en la parte</p>	<p>carros y las motos que se parquean en las calles y es difícil transitar, pero eso es porque no hay espacio para parqueo sobre todo de los turistas que llegan. De todas maneras han abierto más comercios, más negocios y eso significa que hay más platica y más oportunidades, sé que los fines de semana</p>	<p>bastante dinero en el centro histórico y seguramente los dueños de las viviendas también, de algunos pocos años acá se ve una preocupación por tener esa zona en particular presentable para los turistas, ahora si se sale de allí empezará a ver otras zonas no turísticas descuidadas y pues entendible, la plata la invierten en donde se</p>	
--	----------------------------	--	--	--	--

		<p>antigua, en lo histórico, hay señalización, muchas casas históricas las han arreglado y pintado, se ve que la alcaldía le ha trabajado a ese tema y eso se nota porque está llegando más gente y pues puede ser bueno para el municipio o malo depende como lo gestionen.</p>	<p>emplean a mucha gente en los centros vacacionales y los hoteles y los restaurantes, mi hija trabaja los fines de semana en un restaurante y le va bien, yo creo que el turismo es bueno para Honda porque trae mucho empleo, la gente viene y gasta bastante eso se nota porque los comercios</p>	<p>puede obtener un retorno. Está llegando mucho turista y eso genera empleo y subempleo los dos se identifican plenamente, cada vez se integran más personas al comercio formal y también en esa misma medida crece la informalidad, pues es una actividad de oportunidad para muchas personas varadas y desempleadas, sobre todo venezolanos</p>	
--	--	--	--	--	--

			<p>y establecimientos permanecen llenos, yo veo los beneficios desde el empleo que se genera.</p>	<p>sin documentos, si falta más control y organización, pero pues es un beneficio pues muchas personas comen de los turistas.</p>	
2	<p>¿Evidencia una actividad turística organizada, planificada y gestionada por profesionales?</p>	<p>Pues es difícil saber cómo se está gestionando el turismo en el municipio yo como habitante de toda la vida no lo sé, nunca nos han involucrado, seguramente</p>	<p>Yo creo que si, por lo menos de día, se ve la gente caminando la parte histórica grupos con los guías de turismo, la gente ingresa a los museos, a los establecimientos, yo</p>	<p>Desde mi punto de vista si, el turismo en Honda no es nada improvisado a esto se le viene trabajando por varios años, todas las alcaldías de al menos los últimos 15 años le trabajan al turismo, es un</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconocimiento de la gestión turística</li> <li>• Planificación</li> <li>• Inversión</li> </ul>

		<p>participan los que estén vinculados a la actividad, tal vez la alcaldía, empresarios, gente así. Mi percepción es que, si lo hacen porque la gente no llega de manera espontánea a un sitio, algo estarán haciendo, lo que pasa es que como no estoy relacionada con el sector lo desconozco.</p>	<p>noto eso muy organizado, los mismos establecimientos para los turistas eso es algo organizado y planificado, la alcaldía está muy al tanto de eso, de todas maneras no es que sean oleadas de turistas caminando las calles porque no es así, pero tiene que ver que la gente en</p>	<p>sector importante para la economía interna, acá ha estado la gobernación y el Ministerio de Turismo asesorando a los empresarios acá ha habido planificación, gestión y eso lo hacen profesionales, seguramente donde crezca mucho las llegadas de turistas puede que se nos salga de control como ha sucedido en otros lugares, pero acá</p>	
--	--	--	---	--	--

			<p>general que llega es muy tranquila, contrario a lo que sucede en la noche, en ciertos lugares, donde se ve la borrachera, el desorden y otras cosas, pero eso sucede en todo lado con turismo.</p>	<p>todavía no, yo veo que se hace bien.</p>	
3	<p>¿Considera que ha habido inversión en la restauración de los sitios culturales</p>	<p>Yo creo que si definitivamente, esto hace unos años póngale 10 o más estaba muy</p>	<p>Si se le ha invertido dinero y eso se puede ver si uno hace el comparativo con años atrás, la</p>	<p>Totalmente de acuerdo, la Honda de Hoy es una Honda muy distinta a unos años atrás, esto estaba más</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zona histórica</li> <li>• Gentrificación</li> <li>• Inversión</li> <li>• Turismo cultural</li> <li>• Turistas</li> </ul>

	<p>para desarrollar el turismo o, todo lo contrario, no se ve ningún tipo de intervención y permanecen como han estado a lo largo del tiempo?</p>	<p>abandonado sobre todo la zona histórica, casas abandonadas, deterioradas que se caían, las calles que están empedradas cubiertas de hierba sin mantenimiento, la zona del embarcadero y la alameda al lado del río, eso no lo visitaba nadie, en arranca plumas la zona de los pescadores eso era inseguro y</p>	<p>diferencia es grande le puedo mencionar el Malecón, el parque principal, el parque José León Armero, la Plaza las Américas, el centro histórico, los puentes, las iglesias, los museos, todos hoy están en mejores condiciones que hace unos años, a todas luces si ha habido intervención, restauración y</p>	<p>deteriorado y a nadie le dolía, no tenía doliente el municipio, pero esto ha cambiado mucho, es un proceso de quizás los últimos 10 a 15 años, aquí ha llegado gente con plata dispuesta a invertir porque ven atractivo el municipio, esto es muy bonito, esto no es para todos los turistas, esto es para turistas que les interese la cultura y esos son los turistas que nos</p>	
--	---	---	---	---	--

		<p>ahora habilitaron eso con establecimientos para los turistas, mire que a los mismos pescadores los han integrado en actividades para los turistas y ahí se ganan un dinero adicional. A los parques y plazoletas le han invertido están muy bonitas, han colocado adoquines, han pintado, se ve el</p>	<p>mantenimiento y eso cuesta bastante, no es poquita la plata que se han gastado en eso, quien se la ha gastado supongo que la alcaldía y tal vez los dueños de las construcciones y sobre todo a los que les interese el turismo.</p>	<p>interesan y que se gasten su plata acá. La alcaldía ha hecho lo propio, ha invertido y desde hace años se está hablando del turismo por eso el municipio se incluyó en la Red de Pueblos Patrimonio porque tiene un potencial grande.</p>	
--	--	---	---	--	--

		mantenimiento, las calles y casas de la zona histórica están bien pintadas.			
4	¿Qué sector considera usted es el más interesado en desarrollar turísticamente el municipio de Honda (Empresarios, comerciantes, habitantes,	Yo creo que a todos esos sectores les compete el turismo, esto debe ser un esfuerzo común entre todos esos actores que mencionas, le interesa a la alcaldía porque es su función buscar el progreso de los habitantes y el turismo	Esto le interesa es a los que se benefician directamente y se lo digo sin problema, que le interesa es a los empresarios dueños de los establecimientos turísticos como los hoteles, los centros	Pues la verdad para mí los que más se benefician son los empresarios y comerciantes y pues es entendible, yo no digo que eso sea malo, pero no hay que perder de vista que el turismo es un negocio que genera rentabilidad y esa es para	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresarios</li> <li>• Comerciantes</li> <li>• Habitantes</li> <li>• Gobernanza</li> <li>• Turistas</li> </ul>



	<p>gobernanza, otros)?</p>	<p>es la plataforma y eso es a nivel país, a los empresarios les interesa porque están invirtiendo y a los habitantes porque les genera empleo a ellos y a sus hijos a futuro, entonces si me pregunta yo le digo que debe interesarnos a todos, esto es como un motor en el cual tienen que estar funcionando todos los</p>	<p>vacacionales, los comerciantes, los dueños de bares y restaurante; les interesa porque ahí están sus ganancias, son ellos los que le invierten y a partir de eso esperan sus ganancias, el turismo funciona cuando le invierten dinero y adecuan los sitios, ahora yo le hago una pregunta ¿de dónde</p>	<p>quienes están dispuestos a invertir en ese negocio, de todas maneras no significa que los habitantes también ganen un poco, no es mucho lo sabemos a penas para sobrevivir con un empleo que consiguen por días, gana el municipio porque los turistas consumen y compran productos y servicios que fortalecen toda la cadena económica de Honda, pero</p>	
--	----------------------------	--	---	---	--

		<p>piñones, se trata del bien común.</p>	<p>sale la plata para invertir en el turismo? Pues de los empresarios que son los que la tienen y algo con lo que contribuya la alcaldía, que no debe ser mucho porque sus obligaciones inmediatas son otras, como la salud y la educación, entonces la plata es de ellos y ellos son los que se</p>	<p>realmente, el grueso de las ganancias son para los empresarios, eso si téngalo por seguro. A quién pertenecen los hoteles, los restaurantes, los bares, los sitios de recreación eso es de los empresarios y seguro que ni serán del municipio.</p>	
--	--	--	--	--	--

			benefician con los ingresos gruesos, por los lados lo que encuentran un medio empleo, las cosas con como son.		
5	Respecto al patrimonio inmaterial (Festividades, eventos, gastronomía, folclor, artesanía, etc.) ¿Considera que el turismo que	Yo creo que sí, las actividades culturales en el municipio son muy importantes y son incentivadas de manera institucional por la alcaldía municipal, aquí se	Desde luego, este es un país de fiestas y fiesteros y Honda no es la excepción, tenemos varias actividades culturales como las fiestas patronales, la subienda, el reinado y	Yo no sé si sea el turismo, me explico, las festividades importantes de este municipio tienen más de un siglo, lo que digo es que no fueron creadas para los turistas sino para sus habitantes y por sus habitantes, con el	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eventos culturales</li> <li>• Participación ciudadana</li> <li>• Turismo cultural</li> <li>• Recreación</li> <li>• Divulgación cultural</li> </ul>

	<p>se está llevando a cabo en Honda estimula su recreación y divulgación?</p>	<p>tiene una programación anual de eventos culturales por ejemplo, el Festival de la Subienda, el Reinado Nacional del Río Magdalena, las fiestas de la Virgen del Carmen, las celebraciones de navidad y el Magdalena Fest que es una celebración que ha cobrado una</p>	<p>más cosas, eso mueve gente en cantidad y es una oportunidad para que la gente venda cosas y se gane unos pesos, en estas fiestas hay mucho turismo este pueblo se llena y eso es bueno, viene mucha gente a la subienda del pescado esto se vuelve un carnaval ya no es como antes porque el pescado se ha</p>	<p>tiempo el turismo si las ha impulsado, por lo cual, es evidente que el turismo si es un medio de divulgación de la cultura del municipio y es interesante porque son las celebraciones y fiestas llanas y con eso quiero decir que son las fiestas del pueblo, pero con el tiempo se han quitado algunas actividades y se colocan otras, cada vez las hacen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Patrimonio inmaterial</li> </ul>
--	---	---	---	--	---

		<p>importancia gigante aquí en el municipio y un referente de turismo cultural desde que se creó hace como 3 años. En estos eventos se integra el folclor, la música, las gastronomía en torno al pescado del río, la gastronomía es algo característico de este municipio y referente nacional, la tradición de la pesca, si nos</p>	<p>mermado pero sigue llegando gente, eso es un sello distintivo de este municipio y que bueno que se vuelva más turístico, muchos familiares míos vienen solo a fiestas porque la pasan bien. Eso es un tema de impulsar y de hacerlo seguir creciendo, porque estas si son celebraciones del pueblo, eso se ve de</p>	<p>más sofisticadas, si me hago entender, no tan artesanales, como le explico, las han modificado para hacerlas más para los turistas, un poco más artificiales, pero de cualquier forma el turismo si tiene un papel interesante, y se ve mucha gente que llega de las ciudades, ahora por la pandemia la participación ha sido baja, pero antes de la</p>	
--	--	---	---	---	--

		<p>ponemos a mirarlo con calma este municipio tiene muchas cosas culturales, mire que no son solo las construcciones, las tradiciones también son muy importantes y eso está moviendo mucha gente a este municipio cada año, a eso realmente es a lo que hay que trabajarle mucho, porque eso si</p>	<p>todo, en la casa de la cultura puede encontrar información, vídeos y fotos que le pueden ayudar a tener una dimensión más completa.</p>	<p>pandemia llegaba mucha gente y para el municipio es bueno porque lo ponen en el mapa turístico nacional.</p>	
--	--	--	--	---	--

		involucra a la gente del común, decía mi papá a nosotros los “índios patirrajaos”.			
6	¿Considera que hay solo turismo cultural en el municipio o identifica otros tipos de turismo?	Pues de todas maneras la vocación es de turismo cultural por la misma historia y arquitectura del municipio, y es así como se quiere promocionar, pero no significa que acá lleguen personas solo con ese propósito,	Hay varios tipos de turismo, en este municipio hay bastantes piscinas, casi todos los hoteles tienen piscinas acá la temperatura puede llegar a 38°C en buen verano, mire usted que mucha gente llega es a las piscinas y a	Yo considero que sí, eso se nota en las personas que uno ve caminando, claramente no es gente en busca de desorden, es gente más bien calmada, yo trabajo en la plaza principal y los veo caminar los fines de semana con las cámaras en la mano y su botella de	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo de naturaleza</li> <li>• Turismo de descanso</li> <li>• Ecoturismo</li> <li>• Centros recreacionales</li> <li>• Balnearios</li> </ul>

		<p>mire usted que el balneario Agua, Sol y Alegría que es el más grande de Honda permanece lleno y así varios centros recreacionales, la mayoría de los hoteles tienen piscina y es porque también mucho turista llega con propósitos de recreación, mire que no tanto lo cultural, sería interesante tener</p>	<p>los centros recreacionales, yo creería que es menos la gente que llega para hacer turismo cultural propiamente, a la gente le interesa es la piscina, el sol, la cerveza y la comida pongámoslo en esos términos, muchos de mis amigos y familiares cuando vienen a Honda lo hacen con ese</p>	<p>agua, es gente que le gusta la arquitectura, la historia, encuentran en este municipio un lugar con clima agradable y tranquilo, si uno se fija, los turistas no son tan jóvenes, son turistas que caminan con hijos y claramente no buscan desorden: de todas maneras acá hay oferta de ecoturismo, están los balnearios, acá hay para todos los gustos pero sí</p>	
--	--	---	---	---	--



		<p>esas estadísticas que eso aquí no se lleva. También muchas personas vienen a hacer turismo de naturaleza, el municipio tiene paisajes muy bonitas y ahora hay fincas turísticas que también ofrecen servicios, yo considero que la oferta se está diversificando y eso es bueno para el municipio.</p>	<p>propósito, la visita a los museos y al centro histórico es un complemento, no se le olvide que Honda era unos de los principales destinos turísticos de Bogotá en los años 60 y 70 que con el tiempo perdió protagonismo pero esa gente venía era movida por el clima y la piscina.</p>	<p>creo que es más para personas interesadas en la cultura.</p>	
--	--	---	--	---	--

7	<p>¿Cómo describiría el tipo de turista que llega de visita al municipio de Honda?</p>	<p>Pues es difícil porque no tengo contacto con ellos, solo lo que puede percibir al verlos, pero si me parece que es un turista más calmado respecto a otros que uno ve en otros lugares más desordenados, me parece que son personas más adultas, no tan jóvenes, se ven muchas familias en</p>	<p>Yo noto que son turistas tranquilos, no vienen en busca de desorden y fiesta, pues este municipio no tiene mucho de eso, creo que toda la estrategia comercial del municipio está orientada a traer un turista adulto con propósitos culturales pues es lo que tiene el municipio de Honda.</p>	<p>Pues como Honda es un destino en crecimiento no llegan muchas turistas, lo que uno ve es el fin de semana, depende de donde los vea, unos se ven tranquilos caminando en la zona histórica, pero si se va a un hotel con piscina o un centro vacacional allí son otros turistas, o si se va de noche a la zona de discotecas y bares allí</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turista cultural</li> <li>• Adultos</li> <li>• Familias</li> <li>• Tranquilidad</li> <li>• patrimonio</li> </ul>
---	--	---	--	--	---

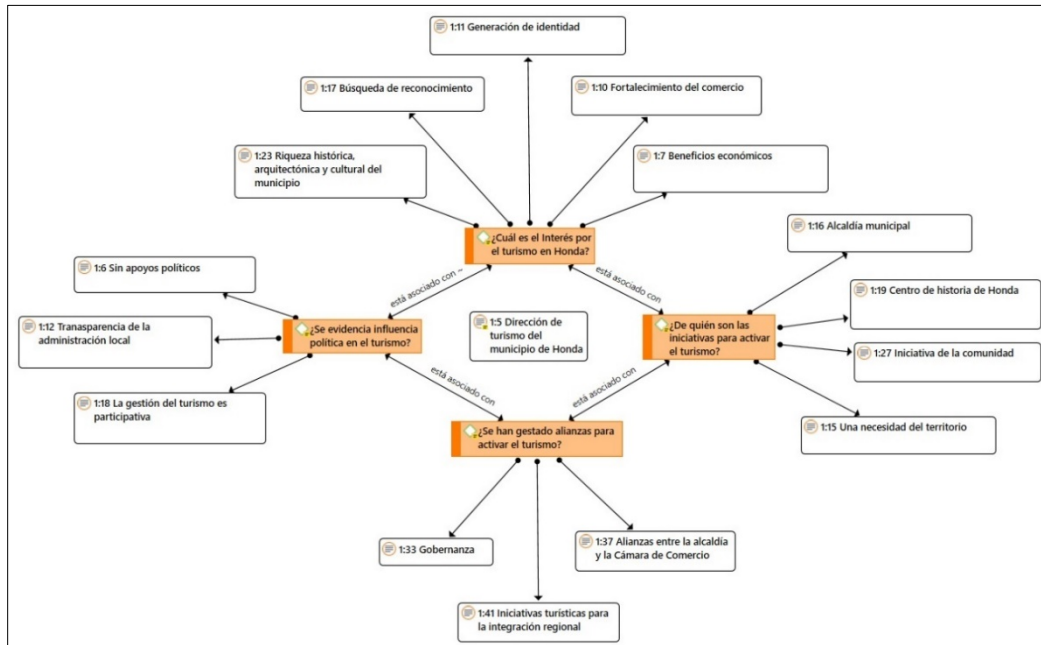
		<p>relación a que andan con niños o jóvenes, pero es gente tranquila respecto a que no es común ver gente bebiendo o haciendo escándalos en las vías, no somos ese tipo de destino, al menos todavía no.</p>		<p>verá otros, lo que pasa es que Honda tiene atractivo y lugares para todo turistas y los turistas se comportan de acuerdo al sitio en el que estén, pero si lo dijera en términos generales es un turista mayor que busca tranquilidad con las excepciones mencionadas.</p>	
8	<p>¿Cuál es su opinión respecto al desarrollo turístico</p>	<p>Creo que el trabajo se ha hecho bien, yo llevo 35 años</p>	<p>Ha tenido un buen crecimiento yo considero que lento</p>	<p>Llevo muchos años viviendo acá y eso es como por oleadas,</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evolución del turismo</li> <li>• Transición</li> </ul>

	<p>que ha tenido el municipio en los últimos años?</p>	<p>acá y si puedo dar fe de la evolución, yo puedo decir que hay un turismo consolidado, el municipio es atractivo y tiene potencial para el turismo como lo estamos viendo, cada vez vemos más turistas y eso es bueno por múltiples cosas, esto implica que ha habido organización, yo creo que se vienen</p>	<p>respecto a otros municipios, en eso nos afectó que ya las flotas no pararan acá y que construyeran la terminal de transporte a las afueras, eso ayudaba a traer mucho turista y que se quedarán acá. Creo que las alcaldías han trabajado en función del turismo y eso también ya es una bandera nacional, es</p>	<p>estos municipios con riqueza histórica y arquitectónica están muy de moda, es lo que la gente está buscando, tenemos un municipio muy bonito y prueba de ello es la cantidad de gente que nos está visitando. Si a esto se le trabajara de verdad en serio, sería mucha la plata que podría generar y beneficios que podría traer al municipio, ya los</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo de descanso</li> <li>• Turismo cultural</li> <li>• Potenciales turísticos</li> </ul>
--	--	---	--	---	---

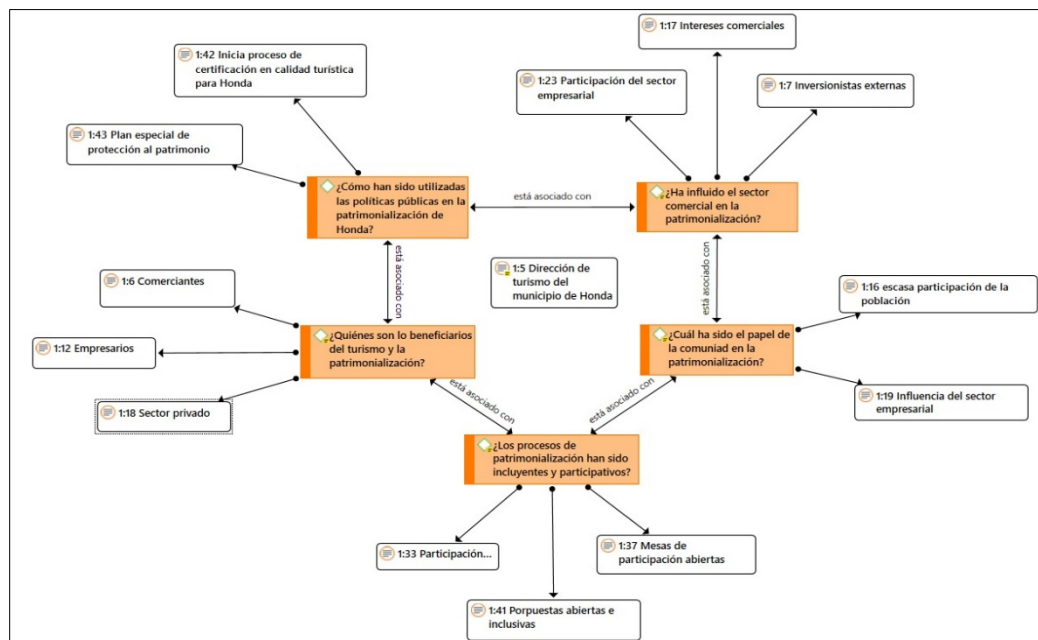
		<p>muchas cosas buenas, esperamos que sea un turismo para el beneficio de nosotros los que vivimos en Honda y no para los empresarios como lo veníamos conversando.</p>	<p>un sector priorizado, y se le está invirtiendo bastante a eso, creo que el futuro es promisorio siempre y cuando el Covid nos deje hacer las cosas.</p>	<p>hay, pero pueden ser más, por eso la alcaldía y las próximas tienen que hacer del turismo su bandera para generar empleo y prosperidad en el municipio.</p>	
--	--	---	--	--	--

### Sistematización de las entrevistas

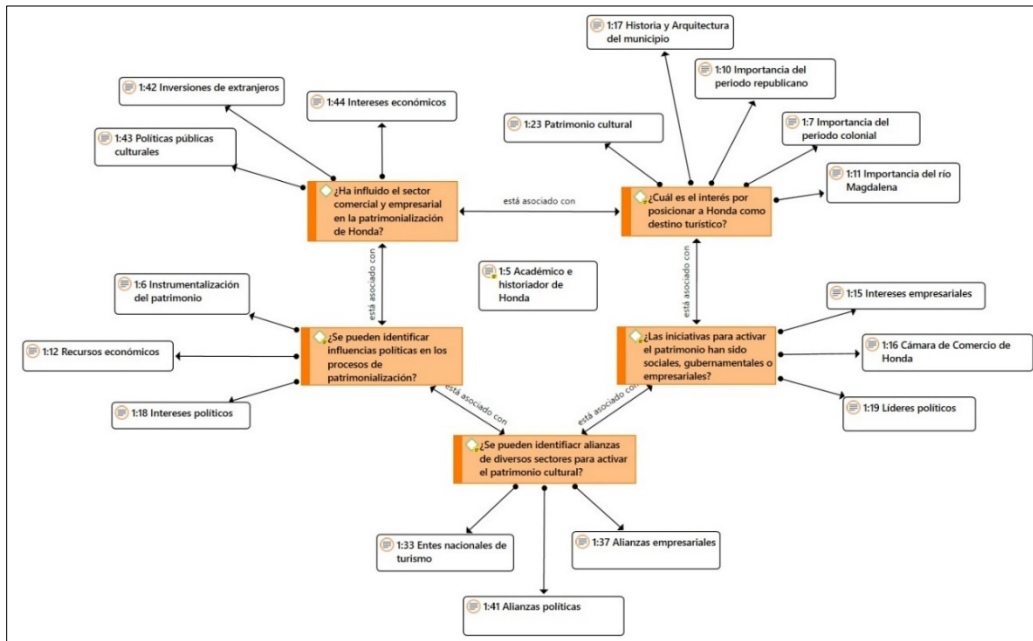
#### Sistematización en ATLAS.ti a la entrevista realizada a la directora de Cultura y Turismo del municipio de Honda. (Primeras cuatro preguntas).



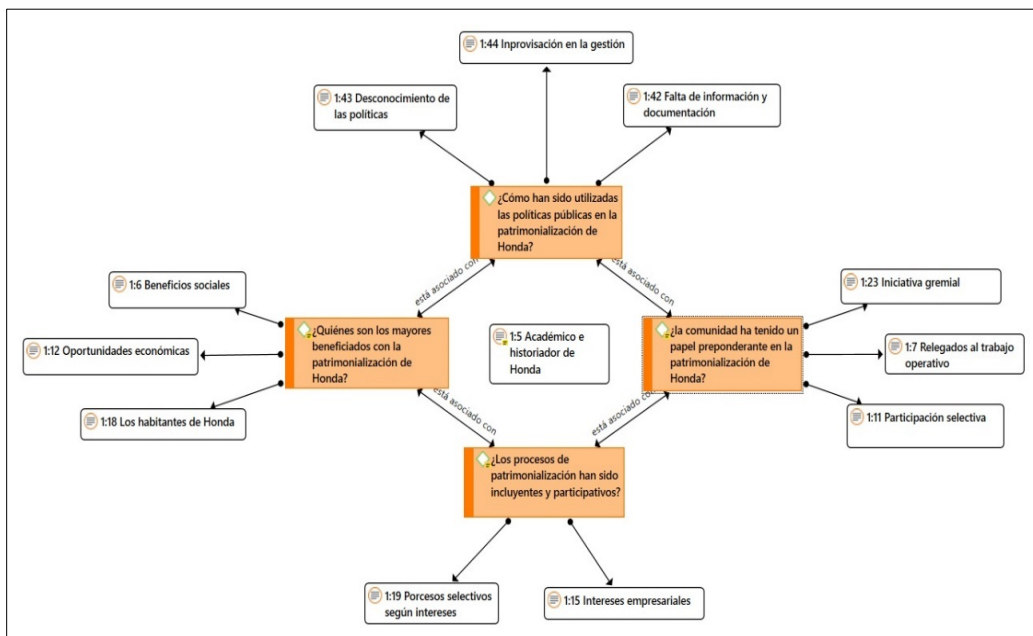
#### Sistematización en ATLAS.ti a la entrevista realizada a la directora de Cultura y Turismo del municipio de Honda. (Preguntas 5 a la 9).



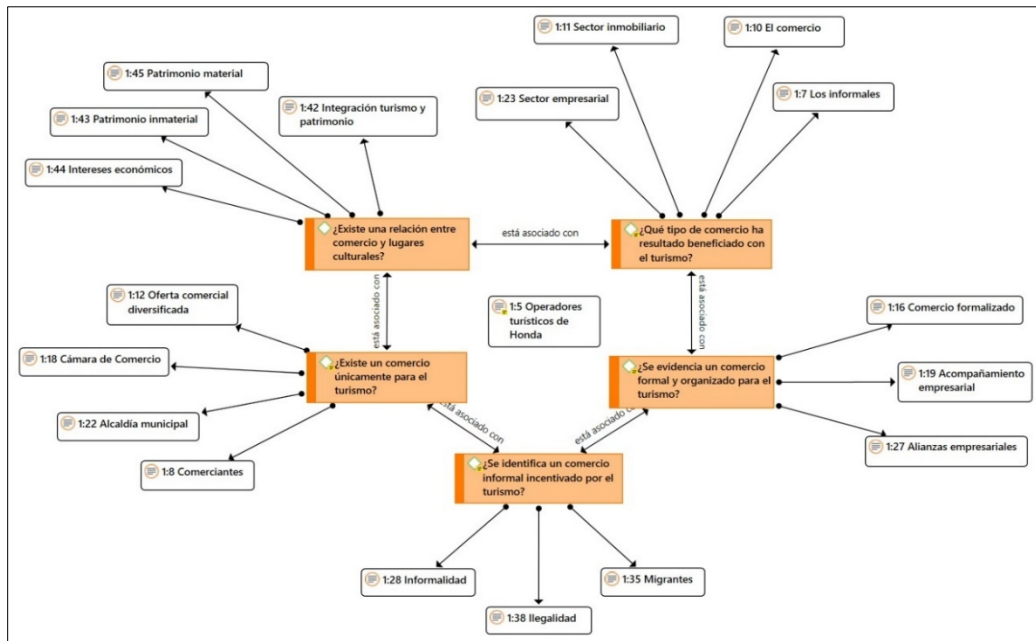
**Sistematización en ATLAS.ti a la entrevista realizada al académico e historiador del municipio de Honda. (Primeras cinco preguntas).**



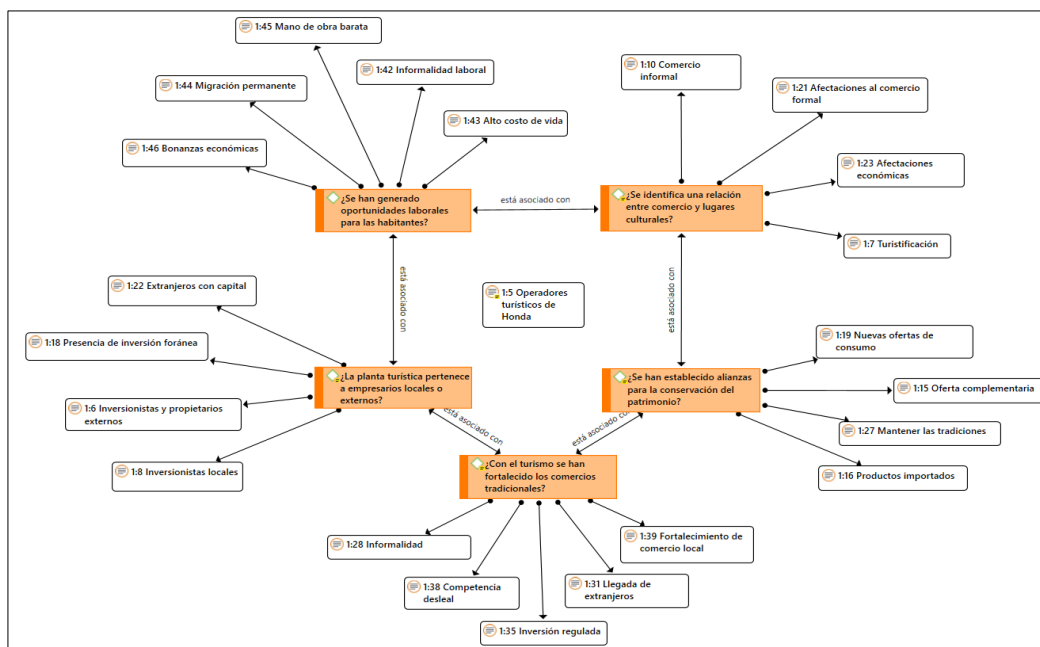
**Sistematización en ATLAS.ti a la entrevista realizada al académico e historiador del municipio de Honda. (Preguntas 6 a la 9).**



**Sistematización en ATLAS.ti a las entrevistas realizadas a los operadores turísticos del municipio de Honda. (Primeras cinco preguntas).**

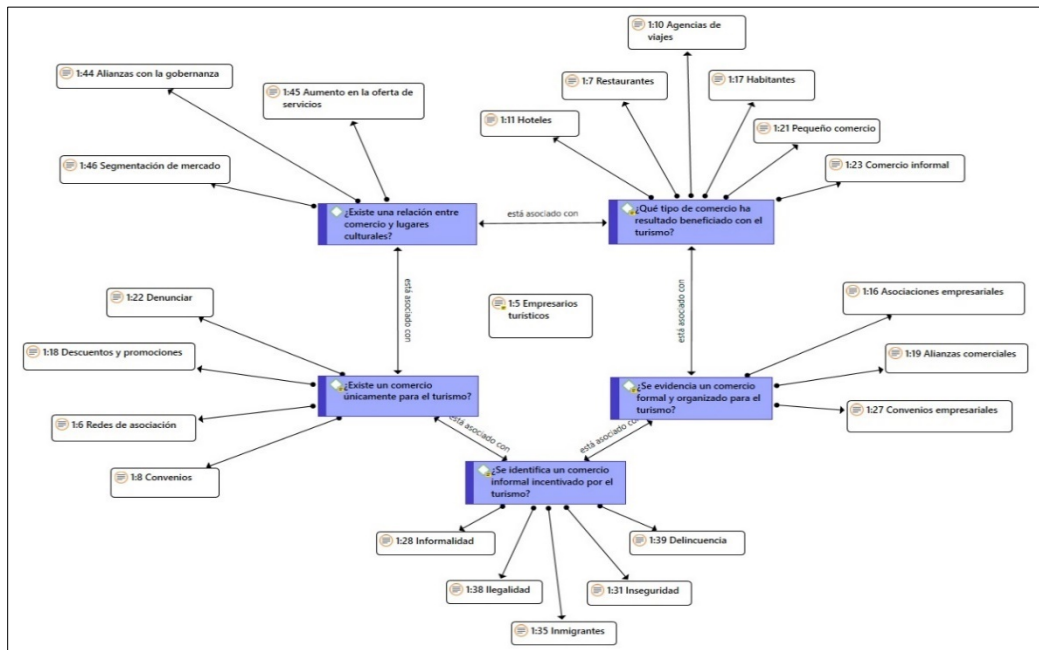


**Sistematización en ATLAS.ti a las entrevistas realizadas a los operadores turísticos del municipio de Honda. (Preguntas 6 a la 10).**

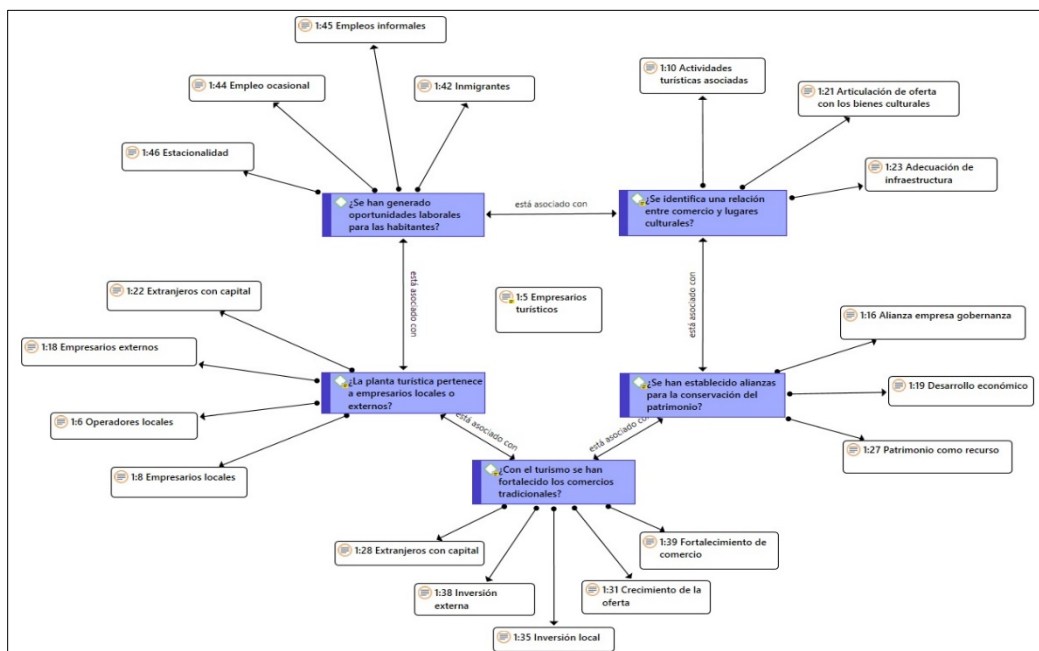




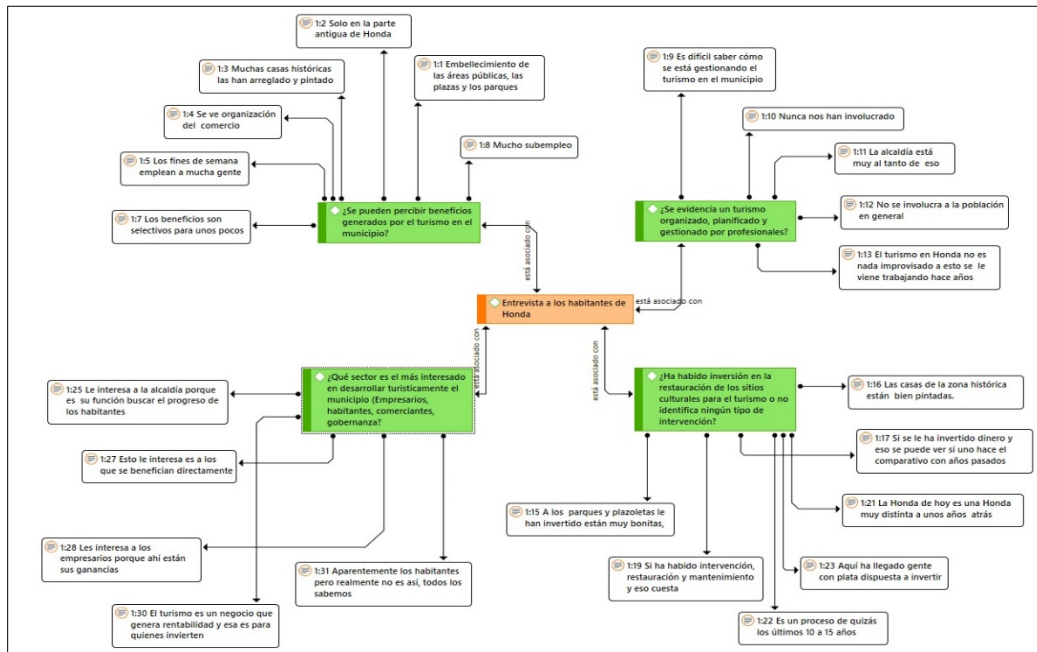
**Sistematización en ATLAS.ti a las entrevistas realizadas a los empresarios del sector turístico y hotelero del municipio de Honda. (Primeras cinco preguntas).**



**Sistematización en ATLAS.ti a las entrevistas realizadas a los empresarios del sector turístico y hotelero del municipio de Honda. (Preguntas de la 6 a la 10).**



## Sistematización en ATLAS.ti a las entrevistas realizadas a los habitantes del municipio de Honda. (Primeras cuatro preguntas).



## Sistematización en ATLAS.ti a las entrevistas realizadas a los habitantes del municipio de Honda. (Preguntas 5 a la 8).

