

Gestión de espacios patrimoniales en Santiago de Cali

García Peña, Eduardo*

1. Objetivo

Formular propuestas para mejorar la gestión de espacios patrimoniales en la ciudad Santiago de Cali a partir de la percepción de turistas internacionales de habla inglesa.

2. Revisión teórica

El resguardo y recuperación de los espacios histórico-patrimoniales en América Latina no es una iniciativa surgida en los últimos años. De acuerdo a Collin (2008), desde finales de la década de 1970 comenzó un auge en la región por recuperar edificaciones y monumentos representativos de la historia de las naciones. En algunos casos como México y Ecuador la recuperación tuvo como impulso la superación de daños estructurales ocasionados por los terremotos ocurridos en 1985 y 1987, respectivamente. Paulatinamente la iniciativa se fue expandiendo a otros países de la región lo cual significó la puesta en marcha de programas de rescate del centro o casco histórico de las ciudades.

El turismo cultural representa hoy en día un área de gran dinamismo de las economías regionales y locales. La gran conectividad ofrecida por los medios digitales unida al impulso emprendido por la Organización de Naciones Unidas en torno al rescate del patrimonio cultural de la humanidad ha provocado un gran aumento en el volumen de turistas que desean conocer distintos países a través del contacto directo con la cultura de los pueblos. Esta realidad exige un replanteamiento de la gestión turística en los planes nacionales, regionales y locales de todos los países,

especialmente de aquellos cuyas economías tengan una fuerte dependencia con respecto al sector.

A pesar de las tendencias mundiales se percibe que muchos países en vías de desarrollo no tienen una ruta y programas definidos para estimular el crecimiento turístico. De la misma manera, las percepciones que tienen los turistas sobre debilidades y fortalezas de la gestión de espacios patrimoniales (áreas claves en el desarrollo del turismo cultural) no suele ser explorada, medida y tomada como insumo para lograr un desarrollo económico y social de dicha actividad.

En el pasado, el turismo y la preservación del acervo cultural no tuvieron una relación armónica de correspondencia. Cada sector veía al contrario como una amenaza u obstáculo para el logro de objetivos particulares. La aparición y promoción del concepto de desarrollo sustentable expresados de manera diáfana en los Objetivos del Milenio, sentaron un precedente de vital importancia en lo que respecta a la alineación de políticas públicas que permitan el desarrollo económico, social y cultural de los pueblos en el marco de la preservación ambiental, de allí que resulte imperativo fomentar el trabajo coordinado y conjunto entre diversos factores sociales e institucionales para el logro del crecimiento económico y social de los pueblos.

El aumento de la actividad de resguardo patrimonial produjo el crecimiento de la actividad turística tanto local como foránea. Al menos durante las últimas dos décadas se ha observado un mayor interés por parte de los turistas hacia distintas expresiones culturales de los pueblos. Esta tendencia ha sido denominada en la literatura como turismo cultural. Según Fernández & Guzmán (2012) el turismo cultural es aquella

* Magister en Gerencia de recursos humanos y relaciones industriales. Licenciado en Educación, mención Ciencias sociales. Correo electrónico: eduardo.garcia@aunarcali.edu.co

forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios históricos-artísticos y otras formas patrimoniales de manifestación de la cultura. Desde luego, el sitio per se no es suficiente para constituir un nodo significativo de atracción turística; para ello es necesario la existencia de un entorno físico y social de acogida, unido a servicios profesionales altamente capacitados que favorezcan la interpretación del patrimonio bajo una óptica educativa y estética.

Marnaso (2017) por su parte establece tres variables endógenas claves del consumo turístico: a) calidad de la oferta de destino turístico, b) viabilidad de acceso a los restos arqueológicos y, c) adecuada oferta de hospedaje y restauración. Sarmiento & Ávila (2017) hacen una aproximación en torno al tema de la promoción y seguimiento de la actividad turística en función de los siguientes indicadores: (1) alojamiento; (2) transporte; (3) eventos, congresos y convenciones.; (4) esparcimiento y cultura; (5) visitante y (6) consulta de puntos de información turística.

Según Wolf & Larsen (2016), la percepción de riesgo personal es una de las variables que más condiciona la actividad turística. Su investigación muestra estadísticas del aumento de la actividad turística luego del cese de conflictos armados entre los estados y movimientos guerrilleros (Casos del IRA en Irlanda y ETA en España).

Para la realización del trabajo se elaborará un instrumento de recolección de información destinado a explorar las percepciones de turistas de habla inglesa el cual aborda los siguientes aspectos relacionados con la gestión turística de espacios patrimoniales: infraestructura y calidad, facilidades y servicios, entorno social y seguridad, y acceso. La intención es que la información obtenida de parte

de los turistas sirva como insumo para hacer adecuaciones en la planificación y gestión de la actividad turística de la ciudad.

3. Resultados esperados

La investigación aspira obtener información válida y confiable que sirva de insumo para mejorar la gestión de los espacios patrimoniales en la ciudad Santiago de Cali. Se considera que puede resultar innovador recabar percepciones de un grupo de consumidores de los espacios patrimoniales, en este caso, los turistas extranjeros de habla inglesa. Se decidió seleccionar dicho grupo por el aporte que puedan brindar en función a la experiencia obtenida en otros países, ya sean sus países de origen u otros países que hayan visitado como turistas. Se decidió que la muestra fuera compuesta por turistas de habla inglesa para vincular la aplicación de la encuesta con las asignaturas que se dictan en la Corporación Universitaria Autónoma de Nariño extensión Cali. Se aspira que los estudiantes de primero a sexto semestre colaboren con la aplicación de las encuestas como parte de su compromiso académico con la asignatura de Idiomas.

4. Impacto social, económico y ambiental

La promoción y gestión de espacios turísticos de carácter patrimonial representan una posibilidad de desarrollo social y económico a nivel local, regional y nacional. Cada vez existe mayor dinamismo en cuanto a la movilidad social a nivel mundial, y el turismo es sin lugar a duda una de las actividades de mayor potencialidad de crecimiento para los pueblos. Los resultados que se derivan de esta investigación servirán para optimizar los programas de gestión de espacios patrimoniales, aspecto que puede redundar en mayores posibilidades económicas para las comunidades

cercanas a espacios patrimoniales de interés en la ciudad. Con respecto a lo social, el resguardo del patrimonio social y cultural de los pueblos es un deber de los estados para fomentar la identidad, memoria histórica y sentido de pertenencia de los ciudadanos. Se considera que una mejora en la gestión de estos espacios contribuye a aumentar la estima del ciudadano común hacia las raíces que nos unen como pueblo.

Referencias Bibliográficas

Collin, A. (2008). *¿Aparición de una nueva cultura patrimonial en América Latina a través de los centros históricos en “reconstrucción”?*. *Investigación y Desarrollo*, 16 (1), 32-57.

Fernández, G. & Guzmán, A. (2012). *Turismo, patrimonio cultural y desarrollo sustentable*.

Caminhos de Geografia, 3 (7), 1-17.

Marnaso, J. (2017). *El consumidor turístico y la teoría microeconómica*. *Turismo y Patrimonio*, 11, 67-76.

Sarmiento, O. & Ávila, L. (2017). *Determinación de indicadores pertinentes para utilizar en un sistema de gestión de información turística para el departamento de Casanare*. *Turismo y Sociedad*, XX, 191-209.

Wolf, X. & Larsen, Z. (2016). *Flux and permanence of risks perceptions: tourists' perception of the relative and absolute risk for various destinations*. *Scandinavian Journal of Social Psychology* (57), 584-590.
