

# Los destinos turísticos y su relación con centros de promoción y difusión de actividades artístico – culturales. Caso Localidad de Santa Fe (Bogotá, Colombia)

Martha Milena Bautista Gómez\*

Universidad de Granada (España)

**Resumen:** El artículo presenta el turismo cultural en Bogotá, tomando como caso la localidad de Santa Fe, que como extensión del centro histórico tiene una significativa concentración de objetos y lugares patrimonio de la ciudad; los cuales articulados a una gestión cultural institucional en la promoción de actividades artístico – culturales y de adecuación de infraestructura turística; permiten generar dinámicas de turismo cultural. Desde esta perspectiva, el artículo tiene como objetivo documentar el modelo de turismo cultural de Santa Fe, a través de la gestión cultural del patrimonio, la promoción y difusión de actividades artístico-culturales y la consolidación de infraestructura turística; desde el punto de vista de la cultura como recurso, en la configuración de un destino turístico.

**Palabras clave:** Turismo Cultural, Bogotá, Localidad de Santa Fe, Destinos turísticos, Centros Culturales

## Tourist destinations and their relationships with promotion and broadcasting of cultural artistic activities. The case of Santa Fe neighborhood (Bogotá, Colombia)

**Abstract:** This article shows the cultural tourism in Bogotá, taking the case of the downtown Santa Fe, which has an important concentration of heritage sites and objects, for it to be considered an extension of the historic center of the city. These conditions added to the management of cultural institutions focused in the promotion of artistic – cultural activities and adequacy of tourism infrastructure, generate dynamics of cultural tourism. The aim is document the model of cultural tourism in Santa Fe neighborhood, through management cultural of heritage, promotion and broadcasting of cultural artistic activities, and tourism infrastructure; from perspective of the culture as a resource, for the configuration of a tourist destination.

**Keywords:** Cultural Tourism, Bogotá, Santa Fe downtown, Tourist destinations, Cultural Center

## 1. Introducción

El presente artículo es el resultado de la investigación titulada igualmente *Los destinos turísticos y su relación con centros de promoción y difusión de actividades artístico – culturales: Caso localidad de Santa Fe (Bogotá)* realizada en el marco de la línea de investigación en Turismo Cultural, del grupo de Cultura y Gestión de la Universidad EAN. La cual tiene como objetivo documentar el modelo de turismo cultural de Santa Fe, a través de la gestión cultural del patrimonio, la promoción y difusión de actividades artístico culturales y la consolidación de infraestructura turística.

El caso de estudio es la localidad de Santa Fe, que como extensión del centro histórico de la ciudad, hace parte de su núcleo fundacional y denota su proceso de crecimiento y transformación. Por su tradición histórica y localización geográfica es un referente de patrimonio y eje cultural en la ciudad; que en

\* Máster en Problemas Sociales: Dirección y Gestión de Programas Sociales de la universidad de Granada (España); E-mail: milebg@gmail.com

los últimos años, siguiendo el mismo desarrollo del turismo cultural en la ciudad, se ha incrementado considerablemente.

Estas dinámicas del turismo cultural serán analizadas desde las perspectivas de los destinos turísticos, entendidos como “lugares- patrimonio”. Y desde la experiencia turística como un proceso de consumo cultural, generador de prácticas de diferenciación e integración social.

## 2. Marco teórico

El turismo cultural puede entenderse desde dos procesos fundamentales. El primero de ellos, orientado hacia el lugar y espacio donde existe, es decir, la afectación de los lugares destinos turísticos, en un proceso de construcción y resignificación social del espacio turístico. El segundo, referido al turismo cultural como un proceso de selección, uso y consumo tanto de las prácticas y productos culturales, como de los lugares destinos turísticos. Proceso en el cual, se determinan las motivaciones turísticas y se define el tipo de experiencia e impacto posterior tanto de las comunidades emisoras como las receptoras del turismo cultural.

### 2.1 Espacio y lugares del turismo

Marc Augé (1998) propone la tipología de los lugares en su relación con el espacio turístico, definidos en términos de “lugares,” “no lugares” y “entre lugares”; como categorías conceptuales, que si bien en la práctica no son tan claramente diferenciados, son útiles para el análisis del espacio del turismo.

Este autor propone que por una parte, existen los lugares antropológicos, los cuales son definidos como espacios concretos geográficamente; y tienen tres características fundamentales: son identitarios, relacionales e históricos. Se trata de espacios tangibles, que pueden darse como escenarios de comunicación, de encuentros interpersonales o donde existen centros o monumentos que resignifican un lugar. Según Augé(1998), a su vez, en la modernidad se definen otro tipo de espacios, que él denomina como no-lugares, espacios que no son ni identitarios, ni relacionales, ni históricos; están constituidos por zonas transitorias tales como redes de comunicación, medios de transporte, centros comerciales...que en definitiva son espacios ahistóricos, impersonales, y anónimos, visitados ocasionalmente.

Los no-lugares son los espacios por excelencia legitimados por el turismo, el cual tiene lugar en un espacio fuera del entorno vital del turista, quien se aleja geográficamente de la sociedad de donde proviene y de su medio simbólico-cultural, entrando a participar de un espacio turístico que desconoce. Se produce entonces, una ruptura que le impide ver el lugar, al tiempo que intenta llenar este vacío con un gran flujo de información en un corto espacio de tiempo, en el que busca registrarlo todo, acumular gran cantidad de experiencias y llevar consigo una prueba de ello.

A su vez, las sociedades de los destinos turísticos le otorgan al turista un rol como un “otro externo” dentro de las prácticas cotidianas del lugar, que lo ubican como un no participante de la red de significados socialmente legítimos, de forma que no recae sobre él los condicionantes sociales. Es decir, que el espacio del viajero se construye a partir de una relación artificial entre el mirar y el paisaje, por lo que se puede denominar como no-lugares. No obstante, dependiendo del grado de compenetración que el turista busque con la cultura del destino turístico, puede llegar a ubicarse en un espacio intermedio.

De forma que si bien el turista no hace parte de la cultura del lugar de forma natural, a través de la experiencia turística surgen formas simbólicas, configuradas a partir de fenómenos, acciones y manifestaciones verbales significativas; convirtiéndose en rituales, que aunque temporales, establecen redes de significado creando un espacio intermedio denominado entre-lugar.

Se produce así, un espacio inmaterial cargado de significados, producto de las relaciones sociales que se generan durante la experiencia turística, entre el lugar de origen del turista, y los lugares y no-lugares de destino. Se da un (re)descubrimiento del lugar a través del turismo, y de apropiación parcial del lugar, a partir de la acción del turista sobre los sujetos, la cultura, los valores, las formas y los objetos existentes.

En cualquier caso, independiente del tipo de relación que el turista establezca con el lugar de destino, busca tener una experiencia irrepetible cuyo recuerdo sea imborrable; crea un meta-relato que pueda ser contado, convirtiendo así la contemplación en atractivo. Como lo señala Graburn (1977); y Jafari (2007), desde la perspectiva durkheimiana-maussiana, el turismo puede entenderse desde la división del mundo social entre lo ordinario-profano y lo extraordinario-sagrado, como un espacio ritual temporal que demarca una ruptura temporaria con el mundo cotidiano.

## 2.2 Consumo Cultural: Entre la distinción y la integración

El Turismo Cultural, opera a través de un proceso de consumo de la cultura, en el cual el turista a la vez que consume el patrimonio de un lugar en sus formas institucionales tales como museos, espacio públicos, etc.; consume productos culturales al participar en escenarios y eventos en los cuales realiza un proceso de selección, uso y consumo.

Se entiende como consumo cultural al conjunto de procesos socioculturales en que se realiza la apropiación y los usos de los productos; proceso en el cual se piensa, se elige y reelabora el sentido social, involucrando por una parte factores de distinción y segregación social; pero a su vez constituyendo una racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad. Es decir, que en el turismo cultural, se realiza un proceso de consumo, en el que, por una parte, el turista cultural se diferencia de otras prácticas turísticas como el turismo de playa o de aventura, por ejemplo. Y por otra, producto de esta misma distinción, entra a ser parte de grupos sociales configurados por turistas que comparten una forma específica de hacer turismo, en cuyas prácticas se construyen redes de significados y relaciones.

## 2.3 El consumo como acto de distinción

Desde el punto de vista de los factores de distinción que involucra el consumo cultural, se encuentran los aportes de Pierre Bourdieu (2010), quien afirma que las prácticas de consumo cultural, son motivadas por lo que él define como necesidades culturales, las cuales son producto de la educación. Es decir, que establece como condicionante de las prácticas culturales el nivel de instrucción del individuo medido en su grado de escolaridad, y el origen social que denota una posición dentro del espacio social, además de la posibilidad de hacer turismo como uno de los factores determinantes en las motivaciones del individuo para realizar prácticas de consumo cultural. Es así como al consumo cultural subyace una búsqueda de distinción, que diferencia a quienes poseen el modo adecuado y quienes no disponen de tiempo libre o medios para realizar un consumo cultural legítimo para el campo artístico cultural.

Desde esta perspectiva el consumo es un momento de un proceso de comunicación, que implica un acto de desciframiento, de decodificación, que supone el dominio de un sistema de códigos culturales a través de la aplicación de un patrimonio cognitivo. A partir de dicho proceso se orientan las elecciones por las cuales los individuos se asocian a grupos y los grupos cooptan individuos; en donde confluyen las estructuras objetivas de productores e instituciones y las estructuras incorporadas de los consumidores, configurando un proceso de circularidad y reflexividad que fundamentan y diferencian el campo cultural (Bourdieu, 2010).

## 2.4 El consumo como acto de integración

Por otra parte, se encuentra la perspectiva de Néstor García Canclini (1995), que si bien no descarta los factores de diferenciación y segregación a los que obedece el consumo, centra su análisis en los factores de integración que produce el mismo consumo, es decir, en las redes de significado que se construyen entre quienes participan del consumo cultural y le dan sentido al mismo.

Desde esta perspectiva, en el turismo cultural se configuran identidades a partir de procesos de consumo, que dependen de lo que una persona posee o es capaz de llegar a apropiarse, buscando conseguir lo que se considera públicamente como valioso, y definiendo las formas de integración y distinción, que combinan lo pragmático y lo disfrutable. García Canclini, asocia los procesos de consumo cultural a un proceso ritual a través de los cuales se le otorga sentido y significado al mismo, y que al igual que todo tipo de rituales sirven para “*contener el curso de los significados*” (García Canclini, 1995:48) y darle sentido al flujo de los acontecimientos que subyace al acto de consumir la cultura, a través de la regulación social de determinadas acciones.

Desde este punto de vista, el consumo cultural es una acto “*eminente social, correlativo y activo*” (García Canclini, 1995:42) determinado por la apropiación colectiva de los bienes culturales, configurando relaciones de solidaridad y distinción, que dan satisfacciones biológicas, simbólicas y sirven para enviar y recibir mensajes, como un momento del ciclo de producción y reproducción social.

## 3. Metodología

Se realizó un abordaje principalmente cualitativo, soportado con algunas fuentes cuantitativas; básicamente las técnicas de investigación empleadas se refieren a la observación participante, la revisión documental y bibliográfica sobre turismo cultural y la actividad turístico-cultural de Santa Fe,

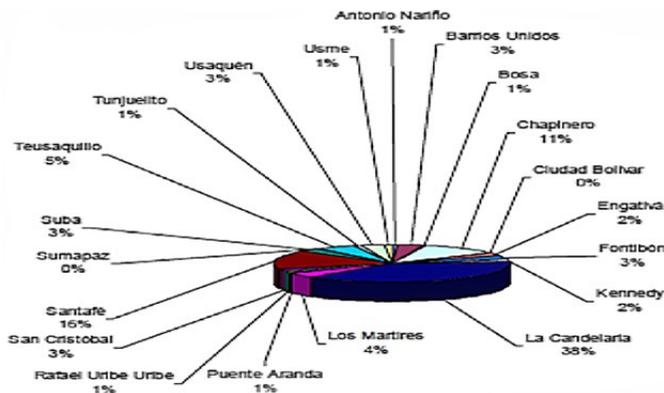
así como la información proveniente de las instituciones culturales de la zona, generadoras de impacto y consumo cultural.

Esta información se complementó con la elaboración de matrices de datos sobre el inventario de atractivos turísticos y la infraestructura cultural, con base en datos primarios del observatorio turístico del Instituto Distrital de Turismo y del Instituto de Patrimonio Cultural, que permitieran un análisis general de las condiciones dadas para el turismo en la zona.

#### 4. Resultados

La composición multicultural de las metrópolis favorece patrones dominantes de consumo en relación con estilos de vida, usos y expectativas sociales, creando nuevas identidades locales y fragmentadas que conducen a un modo de vida complejo (Bolívar, 2000). Por esta razón, las ciudades proveen de contenido a la experiencia turística, son espacios multifuncionales con capacidad para ofrecer diferentes funciones a diversos grupos de usuarios; en el caso de las funciones turísticas de la ciudad, pueden ser consumidas tanto por residentes como por turistas.

**Gráfica 1 – Distribución de los Atractivos Turísticos de Bogotá.**



Fuente: Inventario atractivos turísticos IDCT<sup>1</sup>

Como extensión del centro histórico, la localidad de Santa Fe se constituye como un eje cultural significativo dentro de la ciudad, definido por la dinámica de crecimiento de la misma, por sus lugares de tradición, por la ubicación de los principales centros educativos, por sus hitos históricos y por la ubicación de los más reconocidos escenarios culturales.

Como se observa en el anterior gráfico, en relación con las demás localidades de Bogotá, Santa Fe es la segunda localidad que concentra mayor cantidad de atractivos culturales, con el 16% de los bienes patrimoniales de la ciudad, antecedida únicamente por el Centro Histórico de La Candelaria que representa el 38%. Posteriormente es seguida por la localidad de Chapinero (11%), disminuyendo progresivamente hacia el norte de la ciudad; y siendo muy poco representativa hacia el sur.

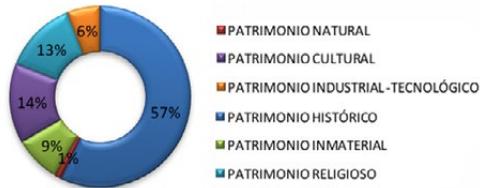
##### 4.1 Patrimonio Cultural de la localidad de Santa Fe

El patrimonio cultural tiene todas las vertientes y materializaciones imaginables; en términos de su función social, el patrimonio puede ser de carácter arqueológico, paisajístico, etnológico, industrial, documental, artístico, monumental, histórico, entre otros.

El patrimonio cultural de la localidad de Santa Fe se encuentra representado en una versatilidad de formas y prácticas que van desde lo comercial a lo específicamente cultural. Como se puede ver en el gráfico No. 2, el Patrimonio histórico representa el 57% del patrimonio de la localidad, seguido del patrimonio específicamente cultural con el 14% y posteriormente del patrimonio religioso que representa

el 13%. Esta concentración de patrimonio histórico, religioso y cultural obedece a su cercanía y extensión del Centro Histórico.

**Gráfica 2 – Tipos de patrimonio en la localidad Santa Fe.**



Fuente: Elaboración propia con base en los datos del Observatorio de Turismo 2013<sup>2</sup>.

Con menor concentración se encuentran el Patrimonio inmaterial y el tecnológico, con un 8% y un 6% respectivamente, como testimonio del proceso histórico de la ciudad en términos de prácticas culturales y objetos generadores de cambio en la cultura material. Finalmente se encuentran con una baja concentración en términos de cantidad pero de gran sentido y significación el Patrimonio Natural.

#### 4.2 Patrimonio histórico

En el ámbito de la ciudad, los sitios históricos comprenden las permanencias y sus cambios, significa plantearse la existencia de la ciudad y de lo imaginario, se establece una relación entre el individuo y las imágenes que representan contenido histórico, una relación que también se mueve y cambia, así como se mueve la ciudad y más ampliamente la sociedad, como una urdimbre urbana que se extiende, en el cual la organización del espacio social se modifica y las imágenes se estandarizan: de alguna forma se globalizan y se difunden (Augé, 1998).

**Gráfica 3 – Patrimonio Histórico en la Localidad Santa Fe.**



Fuente: Elaboración propia con base en los datos del Observatorio de Turismo 2013.

El patrimonio histórico de Santa Fe se encuentra representado en el paisaje cultural de la localidad que devela los procesos históricos de la ciudad. Como parte de él, se encuentran las 16 Esculturas, estatuas y monumentos, algunas de ellas muy significativas para la ciudad como la Escultura la Rebeca, la réplica del Mono de la Pila, considerada la escultura más antigua del país que data de la colonia; y la escultura de la Mariposa muy representativa del tradicional sector comercial de San Victorino, entre otras.

Su paisaje cultural, evidencia por un lado su legado histórico – cultural, fusionado con una dinámica social y económica en permanente tráfico, recomposición y resignificación, propios de la vida moderna de la ciudad; que se evidencia en cada una de las zonas que conforman la localidad. Se encuentran igualmente, una serie de 14 Edificios y Complejos de Edificios muy representativos de la ciudad, que denotan su proceso de cambio y crecimiento urbano, manifestado a través de diferentes estilos arquitectónicos, en los que predomina las tradicionales edificaciones tales como el Edificio Bavaria,

el de la Torre Colpatria, el de Ecopetrol, la Aseguradora el Valle y el Hotel Tequendama entre otros. Este escenario simboliza la incursión de la ciudad en la vida moderna, inaugurada con altos edificios después de las manifestaciones del “Bogotazo”, con lo cual se piensa la ciudad como una gran metrópoli estableciendo imponentes edificios y grandes avenidas como la calle 26, además de crear un centro de negocios internacionales.

Asimismo se encuentran 10 plazas y parques muy significativos para los bogotanos, como el Parque de la independencia, el Parque de los periodistas, el Nacional Enrique Olaya Herrera y el Parque Santander de gran valor histórico. Puede decirse que en la localidad se concentran los parques más importantes de la ciudad por su tradición histórica y su valor simbólico, en tanto que la plazas aunque representativas como de las Nieves o la Perseverancia, tienen la concentración más importante en el Centro histórico de la Candelaria.

En todo caso, son espacios públicos, con una gran afluencia de personas que le dan diferentes usos, entre deportivos, artísticos y de esparcimiento, por lo que se constituyen como espacios públicos significativos y emblemáticos de la ciudad.

La localidad de Santa Fe se encuentra atravesada por las vías y calles más tradicionales de la ciudad. La más sobresaliente es la carrera 7ª con una vida cultural y comercial de gran importancia en términos históricos, alberga el corredor cultural de la carrera séptima que en un espacio de diez cuadras peatonales desarrolla una intensa actividad cultural de forma permanente. Igualmente se encuentra la Av. 19 muy representativo de la vida comercial de la ciudad que concentra instituciones y edificaciones sobresalientes, que con gran flujo peatonal y vehicular, tiene una intensa vida comercial de día, y de esparcimiento en la noche concentrando gran cantidad de bares y espacios de ocio. Así como tradicionales barrios de Bogotá como La Merced y el Bosque Izquierdo.

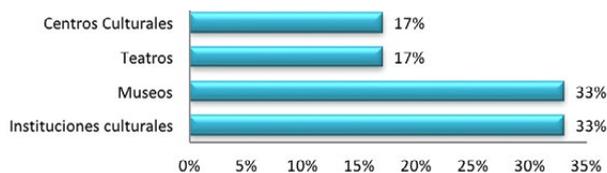
Se encuentran también tres objetos de carácter histórico, como la torre del reloj, referente del parque Nacional, y las dos piezas más importantes del Museo Nacional: La Balsa Muisca y el Poporo Quimbaya, de un gran contenido simbólico de las culturas precolombinas, considerados como objetos muy preciados para la identidad nacional.

Finalmente se encuentran el Puente de Boyacá, que se ubicaba sobre el río San Francisco bajo el que se conformó los orígenes de la ciudad; así como los puentes de la Calle 26, símbolo de la incursión de la modernidad en la ciudad.

#### 4.3 Patrimonio Cultural

Los atractivos culturales son de gran importancia en la localidad de Santa Fe, definen su vocación cultural y es uno de los elementos diferenciadores de mayor importancia frente a otras localidades; pues esta concentración de atractivos culturales la constituyen como un referente del arte y la cultura en la ciudad.

**Gráfica 4 – Patrimonio Cultural en la Localidad Santa Fe.**



Fuente: Elaboración propia con base en los datos del Observatorio de Turismo 2013.

Existen en la localidad una concentración de centros e instituciones culturales que generan un alto impacto en términos de prácticas y consumo; se encuentran cuatro Edificios de instituciones culturales representativas como la Academia Superior de Artes de Bogotá y la Academia de la Lengua.

También tiene cuatro Museos, incluidos los dos más importantes para la Nación: el Museo del Oro y el Museo Nacional, que se constituyen como referentes fundamentales de la memoria del país. Al igual que el Museo de Arte Moderno con una oferta cultural significativa y el Museo del Mar de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Se encuentran escenarios culturales de gran importancia como el Teatro Jorge

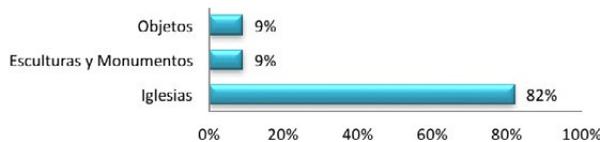
Eliécer Gaitán y la Plaza de Toros Santamaría, e instituciones muy representativas como la Biblioteca Nacional y la Cinemateca Distrital; que ofertan una programación cultural diversa y masiva.

En este sentido, hay una concentración muy significativa de industrias culturales, importantes gestoras de las actividades culturales de gran magnitud, sumados a una actividad cultural privada de menor envergadura, pero que igualmente dinamiza grupos de colectivos culturales y artistas independientes. En conjunto, se generan procesos de consumo cultural muy sobresalientes dentro de la ciudad, y de gran importancia para el imaginario social.

#### 4.4 Patrimonio Religioso

El patrimonio religioso es considerado de gran valor debido a la fuerte tradición religiosa a nivel nacional. La localidad de Santa Fe tiene una importante muestra representado en iglesias, objetos y monumentos, de gran valor por su significado social, religioso, histórico, arquitectónico y artístico.

**Gráfica 5 – Patrimonio Religioso en la Localidad Santa Fe.**



Fuente: Elaboración propia con base en los datos del Observatorio de Turismo 2013.

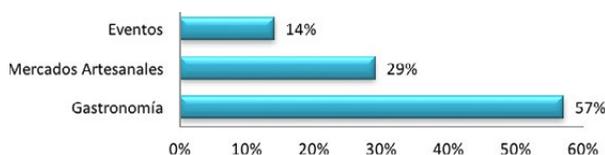
Principalmente el patrimonio religioso de Santa Fe se encuentra en iglesias reconocidas por su valor histórico, arquitectónico y de culto católico, dentro de ellas el conjunto de arquitectura religiosa de San Francisco, que incluye la iglesia del mismo nombre junto con la de la Bordadita y la Tercera. Asimismo se encuentran iglesias tradicionales de la ciudad como la Veracruz, la Capuchina, San Diego y de las Nieves; así como los santuarios de Monserrate y Guadalupe, que aunque son clasificados como patrimonio natural son importantes lugares de peregrinación, insignias de la ciudad.

De esta forma, aunado a la actividad cultural y comercial, se da en la localidad una importante actividad entorno a la peregrinación de católicos de gran reconocimiento nacional, especialmente en lo referente a los santuarios, pero también a las iglesias que además de su valor arquitectónico, tiene un valor espiritual importante para sus visitantes.

#### 4.5 Patrimonio Inmaterial

De acuerdo a la UNESCO, el patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, comprende también las tradiciones o expresiones vivas heredadas de los antepasados y transmitidas por generaciones, tales como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes así como técnicas vinculados a la artesanía tradicional. La cultura inmaterial de la localidad que se encuentra clasificada, está representada principalmente en las prácticas culturales, la gastronomía y los mercados artesanales, ampliamente reconocidas por los ciudadanos, como parte de la identidad de los bogotanos, manifestada a través de actividades y formas expresivas que denotan la memoria colectiva de la ciudad.

**Gráfica 6 – Patrimonio Inmaterial en la Localidad Santa Fe.**



Fuente: Elaboración propia con base en los datos del Observatorio de Turismo 2013.

A nivel gastronómico, se encuentran restaurantes y panaderías muy tradicionales de la ciudad como en el caso de la pastelería y panadería La Florida creada en 1936, pasando por la plazas de mercado más tradicionales de Bogotá, que aunque cada vez con menos uso, simbólicamente representan la vida social de antaño. Hasta finalmente encontrar la Zona de la Macarena, gestionada como una zona gourmet de restaurantes de la ciudad, que presenta una variada oferta gastronómica y es un referente significativo de la localidad.

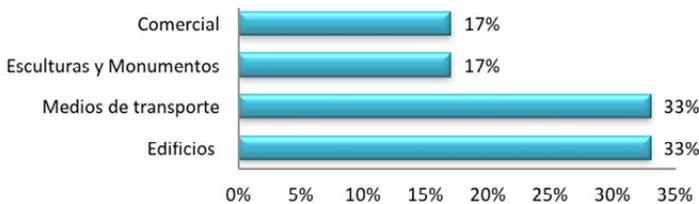
Asimismo se encuentran los mercados artesanales muy tradicionales de Santa Fe, sólo están catalogados como bienes de interés patrimonial los Mercados de las Pulgas del Eje Ambiental y el tradicional de San Alejo, que tras un proceso de mejoramiento y organización por la gestión institucional cultural, hoy son un referente de la identidad local. Adicionalmente hay otra serie de mercados artesanales ubicados especialmente en el barrio de las Nieves, que aunque no están inventariados como patrimonio local, hay una concentración significativa de ellos que identifica esta zona.

Finalmente se encuentran inventariados dentro de los eventos culturales, el Festival de la Chicha y la Dicha, celebrado desde 1988 en la plaza de mercado de la perseverancia, el cual resalta la memoria histórica en cuanto a prácticas ancestrales entorno a la tradicional bebida indígena de la chicha. Adicionalmente se encuentran diversas prácticas culturales entorno a los eventos de los centros culturales, pero también los que tienen lugar en el espacio público, especialmente sobre la Carrera 7ª que tras haberse peatonalizado de la plaza de Bolívar hasta la Calle 26 es escenario de diferentes expresiones, prácticas y mercados culturales, a la vez que es el lugar de todo tipo de manifestaciones sociales, los fines de semana en la noche está el Septimazo como escenario de encuentro y arte callejero, así como de los ciclovía los fines de semana.

#### 4.6 Patrimonio industrial - tecnológico

El Patrimonio Industrial hace referencia al conjunto de bienes vinculados a la actividad productiva, tecnológica, fabril y de ingeniería, como exponentes de la historia social, técnica y económica de la comunidad; configurando un paisaje específico conformado por lugares de interés industrial, tales como instalaciones, fábricas, obras de ingeniería, instrumentos, maquinaria o procesos industriales, etc., derivados de las actividades económicas.

**Gráfica 7 – Patrimonio Industrial-Tecnológico en la Localidad Santa Fe.**



Fuente: Elaboración propia con base en los datos del Observatorio de Turismo 2013.

El patrimonio industrial – tecnológico de Santa Fe, tiene una concentración relevante, más que en términos de cantidad, lo es por el significado social que vincula, principalmente como testimonio o símbolos de los cambios en la cultura material en diferentes períodos históricos.

Como institución principal se encuentra el Planetario distrital, sede del Centro de difusión científica de Astronomía y Astronáutica de la ciudad Inaugurado en 1969, así como diferentes monumentos representativos como el kiosco de la luz del parque de la independencia, símbolo de la nascente industrialización del país en el Siglo XX; al igual que la Escultura Homenaje a las Telecomunicaciones del Maestro Alejandro Obregón.

Como medios de transporte, se encuentran el Primer vagón del Funicular como teleférico del cerro de Monserrate construido en 1929, así como los Rieles del Tranvía del eje ambiental con carrera séptima considerado como símbolo de la vida social de los años 40. Todo estos monumentos develan el proceso histórico de la ciudad, en donde los cambios en la cultura material- industrial, son expresión y escenario de las transformaciones de la cultura inmaterial, y de la vida social de la ciudad, del paso de lo artesanal a lo industrial y de allí a lo tecnológico.

Finalmente se encuentra la tradicional zona comercial de San Victorino, que pese a que tuvo una connotación negativa por muchos años, por el deterioro físico y su inseguridad, tras un proceso de recuperación y adecuación de la plaza de la mariposa y de la incursión del Transmilenio como medio de transporte, ha mejorado significativamente. Hoy por hoy, continua siendo un lugar importante de la ciudad, permanece en el imaginario de los ciudadanos como el centro de la ciudad, “el lugar donde se encuentra todo”, con un amplio mercado al por mayor y al detal, muy representativo de la ciudad.

#### **4.7 Patrimonio natural**

El patrimonio natural está constituido por monumentos naturales, construidos por formaciones físicas y biológicas, que se considera que tienen un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico; y que en los espacios urbanos resultan de gran importancia. (UNESCO, 1972)

En el caso de Bogotá, los cerros orientales que hacen parte de la localidad de Santa Fe son muy representativos de la ciudad, especialmente el Cerro de Monserrate, es un punto obligado de la visita turística por su significado social. En el cual además de su importancia ambiental por su vegetación y sus sectores de eucalipto, se encuentra el santuario como estructura física y como lugar de peregrinación desde la época colonial.

Monserrate, al igual que el cerro de Guadalupe, se constituyen como paseos tradicionales de los bogotanos, en el que se valora el patrimonio natural, se involucra el religioso y adicionalmente se generan prácticas culturales entorno a comida tradicional, además de tener una visión panorámica de la ciudad muy significativa.

#### **4.8 Gestión del patrimonio cultural**

Se entiende por políticas culturales el conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados, a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o transformación social (García, 1987: 26). Esto implica desde las instituciones y sus políticas culturales, orientar su acción tanto hacia la conservación como hacia el desarrollo y promoción del patrimonio, como factores complementarios e interdependientes, dado que si las políticas se enfocan únicamente hacia su conservación se trataría de una patrimonialización estática, enclavada en su entorno, cuyo proteccionismo sesgaría los procesos de circulación y apropiación, junto con las redes de significado que se construye.

A su vez, una política únicamente enfocada hacia la promoción y difusión del patrimonio, puede dar como resultado el menoscabo y agresión hacia el patrimonio cultural, como se ha visto en diferentes casos, en los que la apertura total hacia un turismo descontrolado, deteriora el patrimonio, tiene un impacto muy alto sobre la vida social de los residentes de un territorio, y tiende a socavar las identidades locales.

Ambas vertientes, tanto la preservación como el desarrollo, deben tener un equilibrio adecuado en el desarrollo de las políticas culturales; a fin de fomentar el patrimonio y con ello el turismo; pues no puede haber turismo sin patrimonio, como tampoco patrimonio sin turismo (Rico Mansard, 2006).

#### **4.9 Gestión de conservación y revalorización del Patrimonio**

La revalorización y conservación de los bienes tangibles se expresa simultáneamente a través de la rehabilitación de los lugares de origen, como espacios naturales, zonas arqueológicas, sitios con valor histórico, artístico...; y la musealización de piezas, artefactos y edificios; acciones que con el tiempo generan e incrementan las ideas de patrimonio local, nacional o de la humanidad.

En el caso de Bogotá el proceso de reconstrucción de la imagen turística, tiene sus inicios hacia 1960 cuando se empezó a hablar del Centro Histórico de la Candelaria con cierto interés por su valor histórico; luego, en 1963 con la Ley 59 se declaró el centro histórico como monumento nacional, dadas sus características de ser el origen de la ciudad, por conservar las estructuras más antiguas representativas de la colonia y la república y la época moderna. Posteriormente empieza a extenderse a otras localidades, en este proceso Santa Fe es acogida al ser considerada como extensión del Centro histórico, con lo cual se empieza a hacer una notable gestión del patrimonio, en una localidad que dado su uso comercial se encontraba en un significativo estado de deterioro, y dentro de los imaginarios de los bogotanos estaba asociada a un lugar de delincuencia y deterioro.

En 1980 se creó La Corporación La Candelaria, hoy Instituto Distrital de Patrimonio Cultural, entidad encargada de vigilar la protección y la conservación de los lugares históricos, enfocando su labor hacia el mejoramiento del espacio público, la peatonalización de ciertas vías, el arreglo de andenes, la

construcción de plazoletas y parques y la dotación de mobiliario urbano. También tuvo una importante labor en la elaboración del plan de ordenamiento del espacio público para áreas declaradas como monumento nacional, la realización del inventario predial arquitectónico del sector de conservación patrimonial, así como los estudios previos y aprobación de las actividades de conservación patrimonial de los inmuebles localizados en el área de conservación histórica.

Luego, en 1985 se realiza la primera formulación del Plan Centro, a través del cual se realiza la renovación del sector de Santa Bárbara, y empiezan a haber algunas obras de rehabilitación en Santa Fe, principalmente en el barrio las Nieves por ser contiguo al centro histórico. Sin embargo, para este entonces las Nieves mantenía una actividad comercial e industrial.

En los años 90 se da desde las políticas públicas el Modelo de Gentrificación, que buscaba revitalizar las áreas de localización estratégica, desplazando la población de bajos ingresos. En las Nieves se presenta un cambio en redes y en movilidad, que mejoran el acceso y las condiciones de la zona, pero a su vez se da un proceso de extensión de la prostitución a otras áreas y aparición de las salas de video porno.

A partir del año 2000, se ha venido estableciendo una nueva fase de la política distrital, que en Santa Fe incluyó la construcción del Parque tercer milenio, empieza en funcionamiento el sistema de movilidad de Transmilenio, y surge la preocupación por los niveles de contaminación atmosférica; debido a la gran cantidad de vehículos y de comercio, por la expansión de tabernas alrededor de las universidades, y por la precariedad de espacios de encuentro para la comunidad. De forma que empieza un ejercicio de revitalización de las plazas principales de la localidad y de diferentes espacios culturales que generan gran impacto en la misma. De la mano con estas políticas públicas de revitalización del centro de la ciudad, fue de gran impacto las políticas de origen privado de las universidades que se asientan en este territorio, quienes crean la corporación de las Universidades del Centro de Bogotá, cuyo objetivo es la conservación, recuperación y renovación del centro tradicional de la ciudad de Bogotá en beneficio de todos los ciudadanos, y en particular, de la comunidad académica del sector. (Rojas, 2011:78)

Es así como la Universidad Jorge Tadeo Lozano, La Universidad Central y la Universidad de los Andes, movilizadoras de gran cantidad de población estudiantil, deciden intervenir en el mejoramiento del centro.

La Universidad Jorge Tadeo Lozano, a la vez que ha ido ampliando su planta física, ha recuperado y reemplazado viviendas en gran deterioro, con la construcción de importantes edificios y espacios públicos de libre acceso, que además de su valor arquitectónico, posibilitan espacios de encuentro y prácticas culturales, que articulan el barrio con la vida universitaria, con lo cual genera una notable mejoría en la imagen y el paisaje del sector.

Asimismo, la Universidad de Los Andes a través del desarrollo del Plan Parcial en la zona del Triángulo de Fenicia, realiza la peatonalización de algunas vías y trabajó en la recuperación de espacios como el Parque Espinoza y el Camino de la Pola.

La Universidad Central, por su parte, contribuye a la rehabilitación de edificaciones de conservación como teatros, auditorios y centros culturales, que bajo su administración las pone al servicio de la ciudadanía, como es el caso del Teatro Faenza. De forma que ha realizado un proceso de compra de predios para integrarlos a sus instalaciones, generando a su vez diferentes propuestas culturales.

De acuerdo con el Plan de Ordenamiento Territorial(POT), actualmente se encuentra en desarrollo el proyecto de Revitalización del Centro, en el que se incluyen nuevas perspectivas sobre los conceptos de paisaje cultural y paisaje histórico; como producto de las relaciones que se dan entre determinadas condiciones ambientales y geográficas, con las formas de ocupación del espacio, las prácticas, usos, hábitos y creencias que sus habitantes, que finalmente son quienes otorgan valor a los procesos de construcción social y cultural del territorio.

Este proyecto de revitalización concibe el paisaje cultural, desde la identificación de los valores morfológicos, tipológicos y simbólicos, como fundamento del ordenamiento territorial, pero desde una perspectiva de conservación y reutilización de lo ya existente; de forma que se busca que el patrimonio sea revitalizado, reciclado y rehabilitado, generando procesos de apropiación del patrimonio en términos de su valor simbólico, histórico y de uso.

#### **4.10 Gestión del desarrollo y promoción del patrimonio**

En la gestión del patrimonio cultural, de la mano con las políticas de protección y conservación, deben existir políticas y formas de promoción y difusión de la cultura, para dinamizar los procesos de significación, de lo que se denomina como sujetos patrimoniales.

En este sentido, es de gran importancia la labor de los centros culturales, públicos y privados, ya que es a través de ellos, que se consolida la oferta cultural, y de forma directa o indirecta el turismo tanto de residentes locales, como de turistas nacionales e internacionales.

La localidad de Santa Fe tradicionalmente ha tenido una actividad artística – cultural representativa de la ciudad, que le da una connotación bohemia y cultural, pese a sus problemáticas derivadas de ser centro comercial. Estos se debe, por una parte a su valor histórico – cultural, pero también por la concentración de una población residente perteneciente a grupos intelectuales, de ingresos medios y medio-altos, atraídos por el valor cultural de la localidad, quienes a su vez crean diferentes prácticas y actividades culturales de carácter independiente.

A su vez, en la localidad de Santa Fe a lo largo de su historia, se han ido instalando diferentes instituciones culturales de gran importancia como la Plaza de Toros Santamaría (1931), el Teatro Jorge Eliécer Gaitán (1939), El Museo de Arte Moderno (1963), el Planetario Distrital (1967), la Cinemateca Distrital (1971) y la Biblioteca Nacional (1976), entre otros, que generan gran impacto y cuya concentración definen el carácter cultural de la localidad.

En Santa Fe, estos centros culturales han sido importantes movilizados del patrimonio cultural de escala simbólica, que hace que hoy estén presentes en la memoria colectiva como ejes fundamentales de la actividad cultural de la ciudad. A través de un proceso de experimentación constante en sus contenidos y formas de exhibición, vinculando la tradición y la modernidad, a través de la generación experiencias significativas para sus espectadores, en las que se presenta al consumidor el patrimonio cultural como experiencia y no como reverencia, acudiendo a su capacidad de imaginación y deseo de participación en la cultura.

Junto con estos centros culturales de alto impacto y tradición, también se encuentran una serie de iniciativas de origen privado, que han ido adquiriendo un reconocimiento destacado, principalmente atribuido a lo innovador de sus propuestas.

Este es el caso de *A seis manos*, un espacio cultural y restaurante, que junto con la oferta de la cocina francesa es un espacio cultural, escenario de obras de Teatro, danza, conciertos, exhibición de exposiciones artísticas y vitrina de diseñadores independientes, a la vez que se convierte en pantalla de productos audiovisuales de nuevos realizadores.

Como *A seis manos*, hay otra serie de colectivos artísticos y espacios de encuentro, que han ido creando un red de instituciones locales, convirtiéndose en dinamizadores y animadores socioculturales, quienes a la vez que crean propuestas innovadoras, fomentan el trabajo artístico de jóvenes independientes, visibilizan las tradiciones populares y han sido importantes agentes del desarrollo artístico local; en un proceso de transformación, adaptación y reinterpretación del patrimonio cultural. En esta medida, los centros culturales, dan forma y sentido a esas prácticas realizadas por los actores consumidores de actividades culturales, incidiendo en la percepción, apropiación, producción y reproducción de la cultura. Gestionando el patrimonio cultural e interviniendo en las formas de legitimación de la memoria colectiva, resignificando a nivel simbólico las prácticas sociales y generando otras prácticas, como es el caso del turismo cultural.

Desde este punto de vista, a través de la gestión cultural institucional, el patrimonio histórico adquiere una doble función, por una parte propicia el saber y lo ponen a disposición del público en general, y por otra crea productos culturales, fabricados, y los distribuye para ser consumidos; se produce una transformación de su valor de uso en valor de cambio, a través de los que se podría denominar como un proceso de “ingeniería cultural” (Barretto, 2007).

En este sentido, las actividades culturales que producen los centros culturales, pueden ser consideradas como rituales de la memoria, desde una acción significativa en el presente; constituyéndose como lugares de encuentro público en donde las prácticas adquieren sentido social en el marco de un “*presente constituido y construido por la experiencia pasada y la expectativa futura*” (País Andrade, 2006, Pág. 7)

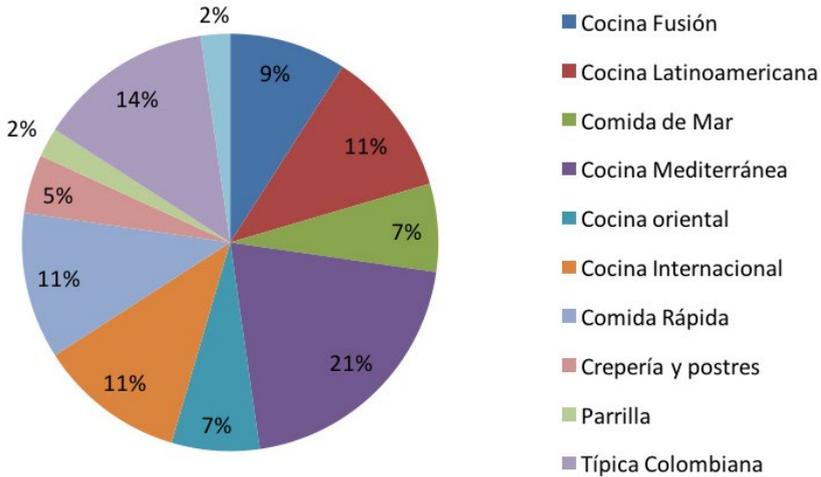
#### 4.11 Infraestructura turística

Si bien es cierto, que el principal atractivo para el turismo de las ciudades con patrimonio histórico-cultural reside en el acervo de sus bienes patrimoniales; ésta condición no es razón suficiente para garantizar la elección de un destino de viaje por parte del turista, que demanda una serie de condiciones para su estadía en cuanto alojamiento, alimentación y prestadores de servicios turísticos, que posibilitan la experiencia turística, generando un alto impacto económico en las sociedades receptoras<sup>3</sup>.

#### 4.12 Zona Gourmet de la Macarena

La Macarena es una de las zonas más bohemias de Bogotá, concentrando una serie de restaurantes de comida internacional y nacional con gran tradición, consolidando una oferta gastronómica y de esparcimiento muy variada, denominada como la Zona Gourmet M. Que reúne 49 establecimientos de restaurantes, ubicados sobre la carrera 4A entre las calle 27 y 30, destacados por su innovación y calidad.

Gráfica 8 – Zona Gourmet de la Macarena



Fuente: Elaboración propia con base en los datos del Observatorio de Turismo 2013.

De acuerdo al gráfico anterior, se evidencia que además de haber una significativa concentración de establecimientos de gastronomía, se presenta una oferta muy versátil, que va desde comidas rápidas hasta restaurantes de alta cocina nacional e internacional tipo gourmet.

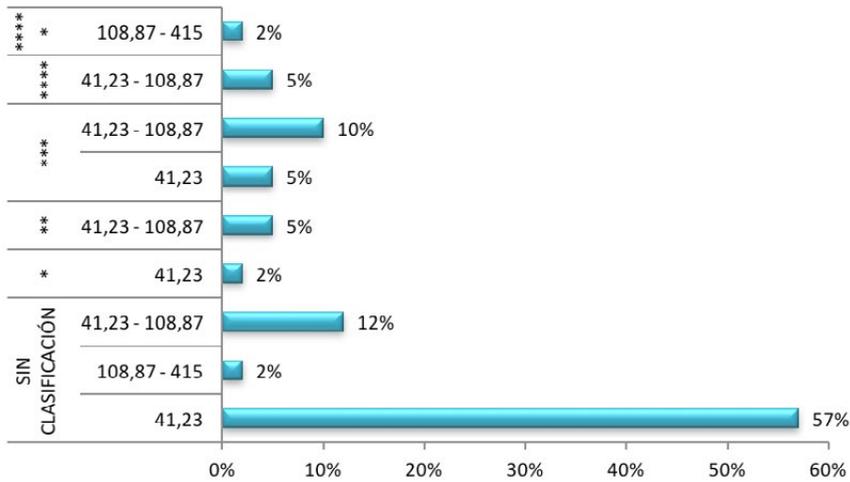
De la cocina nacional, se encuentran dentro de la zona Gourmet M diferentes propuestas de comida típica colombiana, y adicionalmente en otras zonas de la localidad se encuentran restaurantes muy tradicionales como Casa Vieja en el Centro internacional, o los restaurantes San Isidro y Santa Clara ubicados en Monserrate.

De la cocina internacional se encuentra una alta gama, con un 11% de restaurantes registrados que representan la mitad de los establecimientos de la zona M, dentro de los cuales hay una muestra importante de cocina mediterránea (21%), especialmente italiana, pero también española y francesa; cocina latinoamericana, principalmente argentina, peruana y mexicana, así como de la cocina oriental con comida libanesa y thai. Encontramos, además, una cocina general tipo parrilla, comida de mar, creperías, pastelerías y postres.

En general, se trata de propuestas de muy alta calidad culinaria, con espacios innovadores y muy bien adecuados que generan puntos de encuentro principalmente nocturnos, algunos de ellos funcionan como bares – restaurantes y es frecuente escenarios de música en vivo. De forma que la vida nocturna se hace muy concurrida y genera un alto impacto en la zona, que atrae gran cantidad de turistas especialmente los fines de semana.

#### 4.13 Formas de Hospedaje

La localidad de Santa Fe tiene una concentración importante de diferentes formas de hospedaje, de acuerdo a los datos del observatorio de turismo, el 13% de los hoteles registrados por IDT se encuentran ubicados en esta zona, con lo cual se denota su actividad turística.

**Gráfica 9 – Formas de Hospedaje en la localidad Santa Fe.**

Fuente: Elaboración propia con base en los datos del Observatorio de Turismo 2013.

**Tabla 1 – Costo por noche en hoteles de la localidad Santa Fe.**

Clase de hotel	Costo por noche (US)	Cantidad
Sin clasificación	41,23	57%
	108,87 - 415	2%
	41,23 - 108,87	12%
1 Estrella (*)	41,23	2%
2 Estrellas (**)	41,23 - 108,87	5%
3 Estrellas (***)	41,23	5%
	41,23 - 108,87	10%
4 Estrellas (****)	41,23 - 108,87	5%
5 Estrellas (*****)	108,87 - 415	2%

Fuente: Elaboración propia con base en los datos del Observatorio de Turismo 2013.

Como se puede observar en los datos anteriores, el 71% de hoteles no tiene clasificación en estrellas, con lo cual se infiere que la mayoría de hoteles de la zona no son formas de hospedaje de alta gama, se trata de hoteles muy antiguos en el centro de la ciudad. Dentro de ellos, el 57% tiene un costo promedio de menos de 41,23 US, cuyo precio mínimo pueden empezar en muy bajo costo con hospedajes tipo pensión o residencias, hasta hoteles pequeños de un nivel medio de calidad, cuyo precio se acerca al máximo del rango.

No obstante, como puede observarse, en el restante 29% se encuentran hoteles categorizados con estrellas, ubicados principalmente en el sector del Centro Internacional. La mayoría de ellos son de 3 Estrellas (15%), hay también de 2 Estrellas y 4 Estrellas con un 5% de cada uno, que pese a que se diferencia en categoría con los de 3 Estrellas están en el mismo rango de precios. Finalmente se encuentran con un 5% cada uno, los hoteles de 1 Estrella y 5 Estrellas, este último aunque no es representativo en

cantidad, sí genera un alto impacto, corresponde al hotel Tequendama, uno de los más tradicionales y representativos de la ciudad.

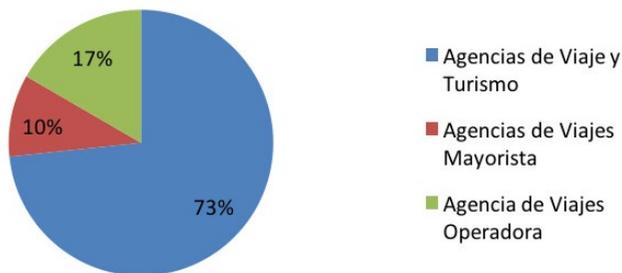
También es importante resaltar que los datos corresponden a las formas de hospedaje registradas por el IDT, quedando al margen muchas otras formas de hospedaje informal como los hostales, o apartamentos para turistas que no acceden a viajes organizados, sino que lo hacen de forma independiente, generalmente por estancias relativamente prolongadas, a quienes estar ubicados en el centro les resulta bastante conveniente por la concentración del patrimonio, pero también por la oferta cultural y el ambiente bohemio de varios de los barrios que integran la localidad.

#### 4.14 Empresas de turismo

De acuerdo a los datos de IDT, en la localidad de Santa Fe se encuentran 30 empresas relacionadas con la actividad turística, clasificadas como agencias de viaje: de turismo, mayoristas y operadoras.

Es una cantidad que aunque genera impacto en la zona, no es representativa con respecto a la ciudad, lo cual obedece a que aunque la visita al centro de la ciudad es obligado en cualquier producto turístico ofrecido, usualmente el turista que se hospeda en el centro realiza tipos de viaje independiente, por lo cual requiere el mínimo de servicios de las empresas turísticas; en tanto que los turistas que usualmente acceden al tipo de viajes organizados, aunque visitan el centro generalmente se hospedan en el Norte de la ciudad.

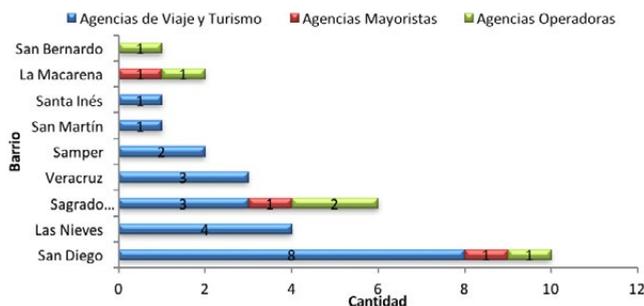
Gráfica 10 – Agencias de Viajes en la localidad Santa Fe



Fuente: Elaboración propia con base en los datos del Observatorio de Turismo 2013.

De las empresas que se encuentran en el centro, el 73% son agencias de viaje que son quienes venden directamente al cliente los productos turísticos; el 17% corresponde a agencias operadoras, encargadas directamente de hacer los recorridos y visitas guiadas, y un 10% que corresponde a agencias mayoristas que aunque son las que existen en menos proporción, son las que mayor nivel de alcance tienen.

Gráfica 11 – Distribución de las Agencias de Viaje en los barrios de la localidad Santa Fe.



Fuente: Elaboración propia con base en los datos del Observatorio de Turismo 2013.

Como se puede observar en el anterior gráfico, la mayor concentración de empresas turísticas está en el Barrio San Diego, que como parte del Centro internacional es una zona diferenciada por su estilo sofisticado y su importancia arquitectónica, concentra importantes instituciones públicas y privadas por lo que tiene un alto flujo peatonal y vehicular, y donde se encuentran los hoteles de mayor importancia del centro.

Con características similares a San Diego, se encuentra el barrio de Sagrado Corazón, como continuidad del Centro Internacional hacia el norte de la ciudad, igualmente es una zona concurrida, de importantes monumentos y espacios públicos significativos; en el que se encuentran registradas 6 empresas de turismo.

Posteriormente se encuentran cuatro agencias de viaje en el barrio Las Nieves, que concentra hospedajes en general de bajo coste, y que es el barrio inmediatamente continuo del Centro Histórico. De ahí en adelante hay otras agencias distribuidas en diferentes barrios con poca representatividad. Asimismo, se puede observar que las tres agencias mayoristas, hacen presencia en los barrios más selectos de la localidad, como lo es San Diego, la Macarena y Sagrado Corazón, y dado que además son zonas de alto flujos demográficos, se encuentran igualmente distribuidas las cuatro agencias operadoras, además de una concentración significativa de agencias de viajes en el caso de San Diego y el Sagrado Corazón.

## 5. Conclusiones

La localidad de Santa Fe, tiene su proceso de configuración como destino turístico de la ciudad de Bogotá, a través de la articulación del patrimonio cultural gestionado institucionalmente en términos de políticas culturales; y apropiado por residentes y turistas a través de procesos de significación mediante prácticas culturales y experiencias rituales de turismo.

Por una parte, las políticas distritales han venido fortaleciendo su enfoque hacia la protección y rehabilitación del patrimonio cultural, lo cual ha tenido importantes impactos en la localidad de Santa Fe, en cuanto a la recuperación de zonas en gran deterioro y la dotación de espacios públicos; factores que aunados a una intencionalidad privada de las universidades de contribuir al mejoramiento del paisaje cultural, efectivamente lograron generar espacios culturales significativos para turistas y residentes.

Por otra parte, a través de las políticas culturales desde un enfoque de promoción y desarrollo de la cultura, los centros culturales públicos y privados crean una oferta cultural de diversa naturaleza, generando prácticas de resignificación social del patrimonio, mediante el consumo cultural de productos elaborados, a través de los cuales se vincula la población con el territorio y la memoria histórica, creando en un primer momento un espacio significativo para los residentes y visitantes locales, fortaleciendo los lazos identitarios de los bogotanos; para posteriormente vincular población foránea, igualmente consumidora de productos culturales.

Estos procesos de consumo cultural, en gran parte son los que caracterizan a Santa Fe como un espacio multicultural, que ofrece una variedad de estilos y prácticas que la connotan como un escenario bohemio y cultural, como elemento de distinción de la zona para sus visitantes; es decir, desde el consumo cultural como factor de distinción. Pero a su vez, se construyen redes de significado que articulan a los visitantes con el territorio, en torno a prácticas culturales y la configuración de grupos humanos interesados por el patrimonio cultural; es decir a través del consumo cultural como factor de integración.

Adicionalmente, las políticas públicas empiezan a orientarse concretamente hacia el fomento del turismo de la ciudad, a través de instituciones y políticas de fomento y promoción de Bogotá como destino turístico; alrededor de lo cual empieza a generarse un interés de la industria privada por la actividad turística, a través de la creación de empresas y productos turísticos, en los que el patrimonio cultural adquiere una significación como recurso generador de un ingreso económico, que puede contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad receptora del turismo. De esta forma, se articulan políticas e instituciones públicas y privadas, que a través de la protección y promoción configuran procesos de consumo cultural del patrimonio, que genera sentidos de pertenencia de la población local, a la vez que despierta interés como destino turístico de los visitantes.

Es así como se genera una experiencia turística de diversa naturaleza, que en términos de Marc Augè, implica tanto a los turistas que estrictamente realizan la visita ubicándose como espectadores de un No-lugar dentro del entorno cultural; hasta quienes acuden específicamente al destino con la intención de articularse a las prácticas culturales y actores locales, connotando el destino como un *entre lugar*, a través de las redes de significado que establece con el entorno cultural.

En síntesis, puede afirmarse que en la localidad de Santa Fe la actividad turística se posibilita desde la articulación de actores, políticas y prácticas, en un proceso de valoración, apropiación y exhibición del patrimonio, que tras las intervenciones se configura como destino turístico. De forma, que aunque aún hace falta un mejoramiento en la rehabilitación y sobre todo en el mantenimiento de espacios y de infraestructura turística; de todas formas se ha realizado una importante gestión como destino turístico de un significativo impacto social, cultural y económico a través de la experiencia turística.

## Bibliografía

- Aguilar, A.M.  
2010 (Junio). Recuperado el 01 de 08 de 2012, de <http://www.cicopar.com.ar/ponencias.htm>
- Ambrosio, A.R.  
2013 Enero). *Universidad del Rosario*. Recuperado el 12 de Junio de 2013, de Estudio de competitividad en el sector del turismo en Colombia: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/4269/5/1020746197-2013.pdf>
- Augé, M.  
1998. *El Viaje Imposible*. Barcelona: Gedisa.
- Barretto, M.  
2007. *Turismo y Cultura: Relaciones, contradicciones y expectativas*. Tenerife: Asociación Canaria de Antropología.
- Bourdieu, P.  
1988. *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P.  
2010. *Las Reglas del Arte: génesis y estructura del campo literario*. España: Anagrama.
- Castrogiovanni, A.C.  
2007. Lugar, no-lugar y entre-lugar: Los ángulos del espacio turístico. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 5-23.
- Cerlett, A.  
2010 (Junio). *CICOP*. Recuperado el 01 de 08 de 2012, de <http://www.cicopar.com.ar/ponencias.htm>
- Cousin, S. -R.  
2009. *Sociologie du Tourisme*. París: La Découverte
- Cultura, Recreación y Deporte.  
2009. *Cultura, Recreación y Deporte*. Recuperado el 13 de 08 de 2013, de <http://culturarecreacionydeporte.gov.co/portal/node/123>
- García Canclini, N.  
1995. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México, D.F.: Grijalbo.
- Graburn, N.  
1977. Tourism: The sacred journey. En N. Graburn, *Host and Guests: The Anthropology of Tourism* (págs. 17-31). Pennsylvania: University of Pennsylvania Press.
- ICOMOS.  
1999. *La Gestión del Turismo con Patrimonio Significativo*. Recuperado el 02 de Febrero de 2013, de Carta Internacional sobre Turismo Cultural: [www.international.icomos.org](http://www.international.icomos.org)
- Jafar, J.  
2007. Entry into a new field: Leaving a Footprint. En D. Nash, *The Study of Tourism: Anthropological and Sociological Beginnings* (págs. 108-121). Oxford: Elsevier.
- Ottavianelli, F.G.  
2010 (Junio) . *CICOP*. Recuperado el 01 de Agosto de 2012, de <http://www.cicopar.com.ar/ponencias>
- Palacio, A.P.-D.  
2006. *Construcción de lugares - patrimonio*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Pires, P.D.  
2011. Marco teórico-metodológico de los estudios del paisaje. Perspectivas de aplicación en la planificación del turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20, 522-541.
- Rico Mansard, L.F.  
2006. Patrimonio Cultural, Museos y Turismo en México. Trayectorias y Encuentros. *Patrimonio Cultural y Turismo, Cuadernos 14 Planeando sobre el turismo cultural*.

Rojas, N.C.

2011. *Estudio de caso: análisis del papel de las Universidades Jorge Tadeo Lozano, Central y Andes como agentes de gestión urbana*. Obtenido de Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/2966/1/1049617142-2012.pdf>

UNESCO.

1972 (17 de Noviembre). *Convención sobre la protección del patrimonio mundial, cultural y natural*. Obtenido de <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>

UNESCO.

2001. Recuperado el 08 de Febrero de 2013, de Primera Proclamación de Obras Maestras del Patrimonio Oral e Intangible: <http://www.unesco.org/bpi/eng/unescopress/2001/01-71e.shtml>

## Notas

- <sup>1</sup> Instituto Distrital de Cultural y Turismo
- <sup>2</sup> Los gráficos sobre el patrimonio cultural de la localidad de Santa Fe fueron realizados con base en los datos del Observatorio de Turismo del Instituto Distrital de Turismo a través del inventario de atractivos turísticos.
- <sup>3</sup> Los gráficos que se presentan a continuación sobre la infraestructura turística de la localidad de Santa Fe, son elaboración propia del autor con base en los datos de los directorios de establecimientos de hospedaje, servicios alimenticios y empresas de turismo del Instituto Distrital de Turismo.

Recibido:	05/12/2016
Reenviado:	12/03/2017
Aceptado:	12/03/2017
Sometido a evaluación por pares anónimos	