Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras
Universidad Externado de Colombia

ESTUDIO SOBRE LA INFLUENCIA DEL FILM, *LOS VIAJES DEL VIENTO*, EN EL IMAGINARIO TURÍSTICO DE LA REGIÓN CARIBE COLOMBIANA

Autora:

María Antoniotti Gómez

Dirigido por:

Claudia Patricia Rodríguez Zárate

Bogotá, 01 de Junio 2019

Contenido

Contenido figuras 4
Contenido tablas 4
Agradecimientos 5
Introducción 6
Problemática 7
Formulación de la problemática 9
Objetivos 10
Objetivo General 10
Objetivos específicos 10
Justificación 11
Metodología 12
Capítulo 1. Bases teóricas 16
1.1 Film Induced Tourism 16
1.2 Comunicación e Imagen 19
1.3 La mirada, los sentidos y la neurocinemática 23
1.4 Imaginarios y Representación 26
1.5 Experiencia y experiencia turística 33
Capítulo 2. Análisis contextual de la película *Los viajes del viento* y de la Región Caribe Colombiana 36
2.1 *Los viajes del viento* 36
2.2 La Región Caribe Colombiana 41
Capítulo 3. Análisis de resultados 52
3.1 Análisis turistas y espectadores 53
3.1.1 Encuesta 53
3.1.2 Análisis Letterboxd 62
3.2 Análisis expertos 66
3.2.1 Entrevistas 66
3.2.2 Focus group 71
Conclusiones 79
Referencias 83
Anexos 90
Anexo 1. 90
Anexo 2. 92

Anexo 3.....99
Anexo 4.....103
Anexo 5.....115

Contenido figuras

Figura 1. [Fotografía de María Antoniotti]. (Mompox. 2018).Los imaginarios como matrices de representación según la obra "La realidad como voluntad y representación" de Shopenhauer, A. Fuente: Elaboración propia. 2019 53

Figura 2. Concordancia imagen vs.experiencia. Gráfico obtenido a través de Google Forms. 56
Figura 3. Motivación de viaje generada por la película. Gráfico obtenido a través de Google Forms. 57
Figura 4. Nivel de estímulo generado por el destino turístico. Gráfico obtenido a través de Google Forms. 58
Figura 5. Imagen del destino a priori vs imagen a posteriori. Gráfico obtenido a través de Google Forms. 59
Figura 6. Información previa al viaje vs experiencia real. Gráfico obtenido a través de Google Forms. .. 60
Figura 7. Elementos representativos del film. Gráfico obtenido a través de Google Forms. 61
Figura 8. Satisfacción servicios turísticos. Gráfico obtenido a través de Google Forms. 62

Contenido tablas

Tabla 1. Ficha técnica de Los viajes del viento……...13

Tabla 2. Herramientas de recolección……..14

Tabla 3. Análisis elementos representativos……63

Agradecimientos

Agradezco especialmente a la Universidad Externado de Colombia; a mi directora, Claudia Rodríguez, quien sirvió de mentora en la realización del presente trabajo; a María Luisa Galán, por haberme motivado a continuar con este proceso y no haber desistido de la idea; a Miriam Menchero, por ayudarme a enfocar el proyecto inicialmente, y al demás equipo de profesores que en algún momento representaron una guía académica para su desarrollo. Agradezco a mis padres, por ser un apoyo para la ejecución de la salida de campo y durante todo el proceso académico. A mis amigos, que me motivaron con la idea.

A Mauricio Laurens, por su disposición para conversar y conocer la perspectiva de un experto crítico de cine. Agradezco, también, al equipo de *Los viajes del viento*, que me permitió tener un acercamiento directo y entender el fondo real de la película. A Diana Bustamante, su productora; a Ramsés Benjumea, escenógrafo; y a Mónica Safar, asesora legal. Sin el contacto y disposición de Mónica, habría sido imposible el desarrollo de esta entrevista. Finalmente, agradezco a mis evaluadoras, Adriana Echavarría y Marta Vélez por sus comentarios y críticas constructivas para la consolidación de esta investigación.

Introducción

Este trabajo de investigación busca analizar la influencia de la producción fílmica, *Los viajes del viento,* en el imaginario turístico de la Región Caribe Colombiana dentro del marco del *film-induced touris*m. En una sociedad dominada por los símbolos y las representaciones, hablar de la confluencia entre cine y turismo es hablar de dos de los mayores fenómenos instauradores de imágenes en el colectivo social. Según Busby & Klug (citado en Rewtrakunphaiboon, 2009, p.2), cuando las personas están en busca de las escenas y el panorama recreados en la pantalla, se convierten en turistas inducidos por el cine.

Este trabajo pretende, además, lograr un análisis y entendimiento de la construcción de imaginarios turísticos a través del cine, en el caso colombiano, tomando como referencia, *Los viajes del viento*. De esta forma, contribuir a la literatura entorno al *film-induced tourism*, concepto que requiere más estudio por parte de la academia y que constituye una oportunidad potencial para el turismo. Así, a partir del análisis y del contraste del imaginario a partir de la película respecto al imaginario instaurado por la experiencia turística, se plantean algunas propuestas en pro de solidificar la relación entre cine y turismo.

Para el desarrollo de esta investigación, en términos de fuentes secundarias, se hizo uso de la técnica de revisión y análisis de documentos; se utilizó la investigación por la fuente de datos, en este caso documental videográfica, para analizar “Los viajes del viento”. Dentro de las fuentes de investigación primarias, se utilizaron encuestas, entrevistas semiestructuradas y abiertas, *focus group* y observación y revisión y análisis de blogs de cine.

Problemática

Como afirma Rewtrakunphaiboon (2009), el *film-induced tourism* como nueva forma de turismo cultural recibe poca atención; hacen falta estudios e investigación centrada en el tema por parte de la academia. De los estudios centrados en el posicionamiento de productos, ninguno se ha dedicado al emplazamiento de destinos en películas y su influencia en el turismo (Hudson & Ritchie, 2006). En la industria turística, el *film-induced tourism*, es decir la visita a destinos destacados a través de films que no están directamente relacionados con la promoción realizada por las Destination Marketing Organizations (DMOs), es un fenómeno creciente (Rewtrakunphaiboon, 2009).

> Dentro del contexto actual del cine en Colombia, el 03 de mayo de 2016, el Ministerio de Cultura expidió la resolución 1021, norma unificada en la que se regulan todos los asuntos de la actividad cinematográfica en el país. Este trabajo de la Dirección de Cinematografía del Ministerio, reúne y actualiza en una única resolución para facilidad del trabajo de los cineastas y prestadores de servicios, diversidad de regulaciones en materias de postulación de proyectos para incentivos tributarios; reconocimiento de nacionalidad de proyectos y películas; registros de salas, agentes del sector y festivales y cineclubes; clasificación de películas; sanciones, costos de ciertas actividades; cine como patrimonio y bien de interés cultural, entre otros. (Proimágenes Colombia, 2016, párr.3).

Por lo tanto, considerando al cine como patrimonio y bien de interés cultural y basándose en lo que afirma Afinoguénova (citado en Del Rey-Reguillo, A. & Stanishevski, K, 2007,p.33-65), es necesario e importante entender la forma en que la instrumentalización del mismo es asumida por la industria turística. Investigaciones recientes sugieren que los films tienen una

influencia muy fuerte en el proceso de decisión del turista (Rewtrakunphaiboon, 2009). Además, las producciones fílmicas no solo proveen ingresos para el turismo a corto plazo, sino prosperidad a largo plazo para el destino (Rewtrakunphaiboon, 2009).

Respecto a *Los viajes del viento*, film objeto de estudio en este proyecto, Ciro Guerra menciona que:

> La película no se vende como un documental indígena o palanquero, su presencia se siente en la forma y contenido del guión. No se espera que los turistas vayan a invadir los espacios y regiones indígenas, sino que tomen conciencia del abordaje de un tema poco mencionado, el de una costa colombiana rebosante de culturas y diversidad. El exotismo de las imágenes, sonidos, personajes y diálogos muestra que falta mucha educación acerca de la Colombia multicultural. (2009, párr. 13).

Por su parte, Fernando Peña, oriundo de Guainía, haciendo alusión a El abrazo de la serpiente, se refiere a la importancia de que Colombia conozca las tradiciones de la población indígena:

> Como colono de esta región es un orgullo que la gente vea la belleza de acá. Va a cambiar la visión frente a la comunidad indígena. Hay mucha ignorancia sobre cómo viven. Ojalá alguna entidad, luego de la película, se encargue de recuperar esa cultura ancestral que es patrimonio para todo el mundo. (*El Tiempo,* 27 de febrero de 2016, párr. 10).

Es entonces como analizar el caso colombiano resulta interesante. En términos de estudiar la influencia de una producción fílmica en el imaginario turístico de una región. Es decir la influencia de una representación, como es el cine, sobre una matriz de representación, como son los imaginarios. Porque los imaginarios no son representaciones en sí mismos sino matrices

de representación. En este contexto, una matriz de representación se entiende como aquello que ordena, abarca y da cabida a las representaciones dentro del marco de discursos y/o textos (Lunhmann, citado en Gómez, p.199, 2001). Así, a partir de lo anterior, se pretende contrastar el imaginario generado a partir de la película con la experiencia turística *in situ*.

Formulación de la problemática

¿Cuál ha sido la influencia de la producción fílmica, *Los viajes del viento*, en el imaginario turístico de la Región Caribe Colombiana, contrastado con el impacto de la experiencia turística *in situ*?

Objetivos

Objetivo General

- Analizar la influencia de la producción fílmica, *Los viajes del viento*, en el imaginario turístico de la Región Caribe Colombiana dentro del marco del *film-induced tourism*.

Objetivos específicos

- Entender cuál es el papel del cine en la construcción de imaginarios y su influencia en la experiencia turística.
- Identificar los imaginarios sobre la Región Caribe, producto de la película *Los viajes del viento.*
- Determinar la percepción acerca de la Región Caribe, originada por la experiencia turística.
- Contrastar los imaginarios sobre la Región Caribe producto de la producción fílmica, *Los viajes del viento*, con la percepción territorial derivada de la experiencia turística *in situ*.

Justificación

En una sociedad dominada por los símbolos y las representaciones, hablar de la confluencia entre cine y turismo es hablar de dos de los mayores fenómenos instauradores de imágenes en el colectivo social. Según Busby & Klug (citado en Rewtrakunphaiboon, 2009, p.2), cuando las personas están en busca de las escenas y el panorama recreados en la pantalla, se convierten en turistas inducidos por el cine. Tratar el *film-induced tourism* aplicado al caso colombiano, abriría las puertas hacia nuevas perspectivas que conllevarían beneficios económicos para la comunidad local, el impulso del valor cultural de la locación fílmica *y* un desafío para las DMOs en términos de promoción de destinos, cuya realización, comparada con la que se lleva a cabo a través de campañas publicitarias comunes, implica un alcance y poder mayores, y a su vez menores gastos.

Esta es una investigación desarrollada en torno a los imaginarios, basada en un caso fílmico inexplorado dentro de este marco como *Los viajes del viento*. Según Carlos Rosado, presidente de la *Spain Film Commission* "los rodajes forman parte del entramado de la promoción de un país, como si fueran un folleto virtual" (10 de Junio de 2016, párr. 5).

Es por esto, que la realización de este trabajo significa una oportunidad para resaltar el papel del cine como creador de imaginarios y como diversificador de la experiencia turística. Según Tooke and Baker (citado en Beeton, 2005, p.20), "The power of film to motivate travellers, create new images, alter negative images, strengthen weak images, and create and place icons is recognised by many as a major factor in tourism promotion".

Metodología

Para el desarrollo de esta investigación, se siguió un modelo de metodología de enfoque dominante, ya que "presenta un enfoque que en ningún caso se considera inconsistente y se enriquecen tanto la recolección de los datos como su análisis" (Grinnell citado en Hernández, Fernández y Baptista, 2003, p.21). En este caso, se escoge un enfoque cualitativo con componente cuantitativo. Se consideró este enfoque como el más apropiado, ya que la investigación no busca extrapolar intrínsecamente los resultados. Existe una realidad por descubrir, construida por los significados que los individuos les asignan a fenómenos sociales (Hernández et al., 2003).

En este estudio, esos fenómenos sociales hacen referencia, en términos generales, al cine y al turismo; y esta investigación, justamente, se basa en descubrir la influencia de un fenómeno, como el cine, sobre otro fenómeno, como el turismo. Lo anterior, partiendo de los imaginarios como estructuras móviles que le permiten al ser humano construir representaciones, es decir, dar sentido a su realidad. Además, el enfoque cualitativo permite dar profundidad a la interpretación de los datos y a la contextualización del ambiente y las experiencias particulares.

Según el alcance de la investigación, esta involucra tres tipos. En sus inicios, un alcance exploratorio, ya que el tema abordado está poco estudiado en el contexto colombiano y se buscó, entonces, obtener información sobre la posibilidad de realizar una investigación más completa sobre este contexto particular. En su desarrollo, el alcance se torna correlacional y explicativo. Correlacional, porque existe una relación entre categorías (turismo, cine e imaginarios) aunque, debido al enfoque cualitativo, "no se mide la relación ni se establece numéricamente su magnitud" (Hernández et al., 2003, p.122), sino que las categorías se observan con profundidad, se analizan y se asocian.

Como mencionan Hernández et al. (2003), en su obra “Metodología de la investigación”, el alcance correlacional tiene, en cierta medida, un valor explicativo. Así, trasciende la descripción de los temas y se interesa por analizar el por qué y el cómo de las relaciones entre variables o categorías. En este caso, las categorías consideradas son el turismo, el cine y los imaginarios.

Dentro de las fuentes de investigación consideradas, en términos de fuentes secundarias, se hizo uso de la técnica de revisión y análisis de documentos; se utilizó la investigación por la fuente de datos, en este caso documental videográfica, para analizar “Los viajes del viento”. Dentro de las fuentes de investigación primarias, se utilizaron encuestas, entrevistas semiestructuradas y abiertas, *focus group* y observación y revisión y análisis de blogs de cine. Para tener mayor claridad en el proceso metodológico, en las tablas presentada a continuación, se presenta la ficha técnica de *Los viajes del viento* (Tabla 1), y se especifican las herramientas de recolección utilizadas junto a su objetivo y aplicación (Tabla 2):

Tabla 1

Ficha técnica de Los viajes del viento

Título: Los viajes del viento Director: Ciro Guerra

Género/Subgénero: Ficción/Drama
Duración: 117 minutos
Año: 2009
Elenco: Marciano Martínez
Yull Núñez

Fuente: Los viajes del viento http://www.proimagenescolombia.com/secciones/cine

Tabla 2

Herramientas de recolección

Herramienta de recolección	**Objetivo**	**Aplicación**
Encuesta	Determinar la percepción acerca del destino, de la película y la relación de estos dos en la construcción del imaginario turístico.	Se aplicó partiendo de una muestra no probabilística, a 20 turistas en las zonas de Punta Gallinas, Valledupar y Mompox, como locaciones representativas del film.
Entrevista semiestructurada	Entender la influencia de la película en el imaginario turístico de la Región Caribe y la relación entre cine y turismo desde la perspectiva de personajes directamente involucrados en el desarrollo del film y en el ámbito cinematográfico.	• Diana Bustamante y Ramsés Benjumea-Productora y Escenógrafo de "Los viajes del viento". • Mauricio Laurens Tapias-Crítico de cine
Análisis de contenido	Analizar la narrativa de Los viajes del viento y sus locaciones desde su perspectiva geográfica, literaria, y cultural. Analizar la percepción de la película de 60 espectadores, sustraída de reseñas elaboradas en la plataforma de amateurs del cine: Letterboxd, para contrastarla con la percepción in situ derivada de la experiencia turística investigada a través de la encuesta y la observación en el trabajo de campo.	• Análisis de Los viajes del viento • Análisis de Letterboxd
Observación cualitativa directa	Analizar los paisajes de la zona geográfica en cuestión, para comprender la realidad vivida	• Registro fotográfico Punta Gallinas, Valledupar, Mompox

	y la realidad representada en el *film.*	• Anotaciones personales
Focus Group	Analizar la influencia de Los viajes del viento en el imaginario turístico de la Región Caribe Colombiana. Relacionando y contrastando el imaginario de sujetos que han conocido la región con el de aquellos que no y así determinando un posible *film induced tourism* a partir de la película, partiendo de la perspectiva de sujetos completamente involucrados en el ámbito del turismo.	Se aplicó a estudiantes de maestría en Planificación del Turismo. Al finalizar el *focus group* se practicó un cuestionario.

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo 1. Bases teóricas

Considerando que el objetivo de esta investigación consiste en determinar la influencia del *film*, *Los viajes del viento*, en el imaginario turístico de la Región Caribe Colombiana, es necesario ahondar en varias teorías que sustentan y permiten hacer un análisis de los resultados obtenidos a través de la investigación. Con el fin de generar propuestas sólidas legitimadas por las teorías integradas a continuación.

1.1 Film Induced Tourism

La transversalidad es una característica inherente al turismo, que lo conduce a integrarse con otras áreas y a interrelacionarse con estas de forma interdependiente. Así, la actividad turística se convierte en motor de la economía de un territorio; en este sentido la sinergia entre turismo y cultura representa un conjunto victorioso (Nicosia, 2011). El turismo actual ha pasado del síndrome de *Stendhal* al síndrome de *Hermann Hesse*, entendido este último como la afirmación del turismo auténtico, que aprecia otras realidades: los lugares de encuentro y el modo de ser y de vivir de la gente del lugar visitado, o mejor, del lugar vivido (Bercheri, 1995, p.214). Los turistas a través de la búsqueda de experiencias, se convierten en actores sobre el territorio, a tal punto de que logran crear valor.

El nuevo turista estimulado por el movimiento de imágenes en contextos no turísticos, desarrolla de manera inducida un interés sobre la locación representada en el *film*. El dramaturgo, director de cine y primer periodista francés especializado en el cine, Louis Delluc, decía que el cine iba a todas partes, que era un gran medio de diálogo entre los pueblos (citado en Nicosia, 2011). Así, el cine como el turismo goza de capacidad para reunir a personas, sin distinción social, cultural o religiosa, en un mismo lugar. Un lugar es un espacio en el que se han vivido

experiencias significativas, cargado de significados afectivos y emocionales que le dan sentido (Nicosia, 2011).

Sin embargo, ese sentido lo constituyen múltiples elementos que van del paisaje a la dramaturgia de las formas arquitectónicas; de los temas tratados a la fisonomía de los personajes, a las inflexiones regionales; del material visual a las señales de identificación icónica (Nicosia, 2011). En el cine, el sentido del lugar se percibe también a partir de elementos como la inflexión dialectal, la ambientación, la fisonomía de los personajes y los temas tratados. Podría verse entonces, al cine y al turismo como viajes paralelos desarrollados en diferentes planos o dimensiones, un plano que se considera real y otro virtual (Nicosia, 2011).

Un *film* representa un viaje, en el que la visión de lugares y acontecimientos estimula y emociona al espectador. La proyección de territorios lejanos, en los que conviven comunidades con costumbres e ideologías diferentes a las propias suscita interés y curiosidad. Así, la representación de las realidades locales en las producciones cinematográficas televisivas encuentra su evolución con la difusión y el desarrollo de la ficción al tiempo de la liberación y apertura del sector televisivo en Europa (Nicosia, 2011).

Es entonces como se empieza a hablar de turismo inducido por el cine. El término *film-induced tourism* fue acogido por Riley y Van Doren en 1992 (citado en Rodríguez & Fraiz, 2012, p.135) al reafirmar la influencia del séptimo arte en la industria turística. Seis años más tarde, Riley, Baker y Van Doren desarrollaron el concepto como instrumento para evaluar el aumento de visitas a las locaciones donde tiene lugar la acción de famosas películas comerciales. Partiendo del análisis de una decena de filmes de gran auge comprobaron que las visitas a los emplazamientos ascendieron entre un 40 y un 50% en los cuatro años posteriores a su proyección.

Algunas locaciones le deben su atractivo a atributos físicos inherentes, otros a los eventos y acontecimientos que tuvieron allí lugar y otras ni siquiera habían sido consideradas destinos turísticos hasta su aparición en pantalla (Riley y Van Doren citados en Rodríguez & Fraiz, 2012, p.135). Según Walaiporn Rewtrakunphaiboon (2009), el *film-induced tourism* surge como una tipología de turismo cultural, dada por el fenómeno creciente de turistas que visitan destinos destacados a través de films que no están directamente relacionados con la promoción turística realizada por las *Destination Marketing Organisations* (DMOs) (p.1).

Dentro del marco del *film-induced tourism,* varias películas a menudo generan flujos de turistas, algunos producidos antes de que la locación hubiera sido visible en pantalla. Los turistas potenciales, como peregrinos de los medios, en busca de la realidad reproducida en un *film,* viajan a través de una especie de hiper realidad postmoderna, donde realidad y ficción se confunden, en un mundo en el que el acceso a una realidad no mediada es imposible. Para ellos, los paisajes de un film representan paisajes reales, convirtiendo, de cierto modo, a los destinos en *fantasylands* o *mediaworlds* (Urry & Larsen, 2011, p. 116-117).

De acuerdo a Tzanelli (citado en Urry & Larsen, 2011, p. 118), el turismo virtual que se da con *The Lord of the Rings,* por citar un ejemplo relevante, no solamente reconstruye y reinventa el lugar y la cultura, sino que convierte la ficción, lo cinemático y lo narrativo en sí mismos en un destino para el turista arquetípico, definido por el lingüista y filósofo francés Tzevan Todorov (citado en Smith, 2009, p.85), como “un visitante en apuro que prefiere los monumentos a los seres humanos, y al cual le conciernen, más que los países o las personas en sí mismas, las impresiones y marcas que estas dejen en él”.

Sin embargo, considerar el fenómeno del *film induced tourism* sencillamente como ludismo cultural es un acto reduccionista, porque más allá de una actitud recreativa, el

*cineturismo e*s motivado por estímulos profundos de carácter cultural sobre los lugares representados. Este deseo que tiene raíces psicológicas profundas y difíciles de determinar, no puede ser satisfecho físicamente sino cognitivamente. En este proceso, la capacidad de la mirada de transformar en deseo aquello que seduce la vista, juega un papel fundamental. En este sentido como escribe Leotta: "El turista es un coleccionista de símbolos a través de los cuales un bien cultural o una práctica de la vida cotidiana se convierten en algo imperdible, necesario de experimentar (Leotta citado en Nicosia, 2011).

También, el espectador cinematográfico es un coleccionista de símbolos y a este es aplicable el proceso descrito por Leotta, con algunas diferencias. Si bien, el turista sacia el propio deseo de apropiación de los objetos observados, a través de una relación total y de un proceso de simbolización operado en primera persona y por lo tanto satisfactorio, esta situación no es aplicable para el espectador; este último no establece con el objeto observado la misma relación de la realidad; por lo tanto, su satisfacción no puede ser comparada con aquella del turista en la realidad (Nicosia, 2011).

1.2 Comunicación e Imagen

Se plantean cuatro fases de la formación de la imagen de un destino turístico en la mente del turista potencial. En la fase cero, la comunicación del turista con el posible destino se da principalmente de forma mediada a través de los diferentes canales: los *mass media,* como TV, prensa y, en menor porcentaje, radio y cine documental-esto es, a través del discurso informativo-. Pero, también, la comunicación se realiza a través del cine de ficción, los libros y la música; en decir, a través del discurso ficcional. Del mismo modo, en esta fase está la comunicación interpersonal con amigos y familiares que transmiten al turista potencial sus percepciones (Stanishevski , 2007, p. 253-254).

Por otra parte, en la fase 1 la forma del discurso cambia drásticamente de ficción e información a la publicidad y RRPP (Relaciones Públicas). El turista potencial se convierte en turista consumidor y la lectura de textos publicitarios o informativos afecta su decisión sobre el viaje. En la segunda fase, la comunicación es exclusivamente interpersonal e intercultural; es producto de la relación entre turistas y población local. La tercera fase abarca, esencialmente, la comunicación personal e intracultural; se trata de fotos, recuerdos, grabaciones y *souvenirs* transmitidos a amigos y familiares (Stanishevski , 2007, p. 254-256).

Dentro de la planificación de la política turística de un destino surgen preguntas como qué canal utilizar y/o a través de cuál la comunicación es más persuasiva. En ese sentido, Stanishevski (2007), menciona que un mensaje que no llega a ser persuasivo no convierte al sujeto en turista potencial. De este modo, se genera un mayor efecto persuasivo cuando el mensaje llega a través del máximo número de canales y además lo hace de manera diferente. Esto último haciendo alusión a las proposiciones de la escuela formalista rusa, respecto a que, según Shklovski, la forma determina el mensaje y su contenido (Stanishevski, 2007, p. 257-258). El autor enfatiza entonces en que:

> La publicidad percibida como tal es mucho menos persuasiva y a menudo rechazada en la dimensión consciente del sujeto. Un mensaje persuasivo no percibido como tal, pero reconocido y decodificado por el receptor tiene unos efectos mucho más potentes. Por lo tanto, es un error en la política de comunicación de un destino abogar únicamente por un canal. Es necesario entonces, hacer uso de canales como formas no utilizadas frecuentemente en la industria publicitaria como el cine y la literatura de ficción y la música. (Shklovski, 2007, p. 258).

Dentro de ese contexto, el cine, particularmente el de ficción, desempeña un rol fundamental en la creación de la imagen de un destino. La mente del espectador está dispuesta a la recepción de imágenes en su dimensión subconsciente como consciente (Stanishevski, 2007, p. 258). La influencia que se ejerce entre viajero y medios de representación narrativos es mutua (Casetti, citado en Martínez, 2008, p. 147). La visión cultural del espectador permite al narrador del film encuadrar historias, ilustrando estados de ánimo, lugares y acciones. La narración es, entonces, una forma de comunicación que constituye un significado retórico y estético. En el caso del cine, como medio de representación, narración y reproducción de un contexto y realidad particular, aporta una comprensión del entorno y su contexto en las diversas dimensiones (Martínez, 2008, p.147).

En la actualidad, para entender y juzgar el paisaje no basta con la observación, sino que es necesaria la mediación de los medios de comunicación, acorde a la sensibilidad de una sociedad dominada por la imagen. Así, el cine toma una posición relevante, al exaltar escenarios que permiten apreciar el paisaje en su dimensión estética, gozando de la belleza del territorio, de sus problemáticas; en fin, de su sentido. Es entonces como el cine se convierte en la lengua escrita de la realidad, de la cual no puede prescindir. El cine refleja la realidad reportando una imagen, una visión del mundo, el cine actúa como una clase de cartografía (Gazerro, 2000).

Las imágenes mentales, abandonadas en el universo de lo subjetivo, idealista, irracional, han sido sometidas al desdén de ser consideradas dentro de lo científico. Esto, justamente, cuando el auge de la fotografía y el cine conllevaba una difusión extraordinaria de nuevas imágenes yuxtapuestas a los imaginarios usuales. Solo hasta los años 60, los estudios sobre opto-electrónica e infografía conducen a un interés por la psicología de la percepción visual, en

especial en Estados Unidos (Virilio, 1998, p. 78). Como menciona Rudolf Arnheim (citado en Virilio, 1998, p. 80):

> La visión viene de lejos, es una especie de *travelling*, una actividad perceptual que se inicia en el pasado para iluminar el presente, para poner a punto al objeto de nuestra percepción inmediata. El espacio de la mirada no es, pues, un espacio newtoniano, un espacio absoluto, sino un espacio minskovskiano, un espacio relativo. Sólo hay, pues, la oscura claridad de las estrellas que viene del lejano pasado de la noche de los tiempos, la débil claridad, y es ella la que nos permite aprehender lo real, ver, comprender nuestro entorno actual, ya que ella misma proviene de una lejana memoria visual sin la cual no hay acto de mirada.

Barthes, en su obra La Cámara Lúcida (1990) resalta y diferencia dos factores que conforman el interés emotivo hacia una imagen: el *studium* y el *punctum* (Barthes,1980, p. 27). El *studium* hace referencia al campo de interés cultural de la imagen, es decir al conjunto de las capacidades descriptivas y de las connotaciones abarcadas en el pensamiento del enunciador. Reconocer el *studium* significa comprender las intenciones del fotógrafo o del director, entrar en armonía con ellas, discutirlas entre sí mismas; porque la cultura de la cual se desprende el *studium* es un contrato estipulado entre creadores y consumidores. El *Studium* en latín se refiere a “la aplicación a una cosa, el gusto por alguien”. Es el observador quien persigue el *studium*. Barthes dice participar, desde la connotación cultural de este concepto, de los rostros, gestos y acciones presentes en la fotografía (Barthes, 1990, p.63).

Reconocer el *studium* significa por lo tanto, entender el significado de aquello que viene representado, pero también entender la simbolización cultural que ha sido propuesta para acto

seguido hacer posible una propia re-simbolización. Este deseo de constatación personal podrá ser amplificado por la eventual presencia del *punctum* en la imagen, es decir un algo en concreto que no es significativo en el sentido global de la imagen, pero que constituye aquella fatalidad que en sí misma pincha o pica pero también sujeta (Barthes, 1974).

En este caso nadie lo busca, nadie lo persigue. Es él quien llega como una flecha a punzar al observador. Así, según Barthes (1990, p. 65) en latín existe una palabra para designar ese pinchazo, esa marca hecha por un instrumento puntiagudo, esa puntuación, esa casualidad; esa palabra es *punctum*. El *punctum* de una foto es ese azar que llama, que despierta pero también que punza. El *punctum*, es entonces un elemento accesorio presente en la imagen que viene detectado solo y exclusivamente al nivel subjetivo de la mirada atenta del espectador, elemento que aun más que el *studium* puede generar un impulso al *cineturismo* hacia lugares que figuran en una producción audiovisual.

1.3 La mirada, los sentidos y la neurocinemática

Como argumentan Urry & Larsen (2011) en *The tourist gaze*, la cultura mediática crea vocaciones para el turismo, nuevos destinos y nuevas configuraciones de la llamada *mediatised gazing*. La mirada del turista está siendo crecientemente intervenida por los medios. En la era de la postmodernidad, los turistas están continuamente inmersos en un mundo de textos e imágenes: libros, revistas, pinturas, anuncios, videos musicales, telenovelas, películas, video juegos, entre otros. Es prácticamente imposible visitar lugares a los cuales no se haya viajado alguna vez a través de la imaginación.

Por medio de funciones de representación, la mayoría de lugares turísticos han sido inscritos a lo largo del tiempo en geografías imaginativas materializadas y movilizadas en y a través de libros, postales, folletos y fotos. Los lugares turísticos no se fijan, sino que aparecen y

desaparecen, cambian de carácter y significado de acuerdo a cómo han sido producidos y reproducidos en las culturas mediáticas (p.114-116). La mirada del turista y de los medios se superponen y consolidan fuertemente entre sí, ya sea que el individuo viaje corporalmente, o simplemente a través de la imaginación por medio de la extraordinaria gama de imágenes globales constituidas diariamente por las culturas mediáticas.

Sin embargo, para Tim Edensor, experto en Sociología, Antropología y Geografía cultural, la afirmación acerca de que lo visual es central para el turismo es una exageración que le resta importancia a otras formas y medios de aprehender el mundo en la experiencia turística (2006). Según Saldanha (citado en Edensor, 2006) "Tourists are inevitably embodied, although never merely pairs of eyes" (p.23). Edensor (2006) afirma que:

> The tourist body like all phenomenal bodies, is active and experiential, and develops practical dispositions toward circumstances through experience, including sensory experience. Embodied tourist performances, perceptions, and experiences emerge from active subjects practically oriented toward durable shared skills and meanings. (p.23).

Los sentidos son formados y modificados por la experiencia, y el cuerpo trae consigo una memoria somática de sus encuentros con lo externo, así que la percepción está siempre en proceso (Stewart citado en Edensor, 2006, p.26). Ahora bien, existen formas de turismo más cercanas a los flujos y contingencias de la modernidad, dando paso a espacios en los que la incertidumbre y los acontecimientos inesperados, yuxtaposiciones incongruentes, diversas actividades sociales y culturales, y bajos niveles de control y vigilancia promueven una variada y enriquecida experiencia sensorial (Edensor, 2006, p.36).

Ahondando entonces en el mundo de la percepción, afirmar la existencia de universales artísticos equivale a investigar frente a qué leyes neuronales actúa el ser humano al estar en contacto con el arte o con la comunicación audiovisual, en general (Andreu & Martín, 2011). Es entonces como la neuroestética busca los elementos comunes en el cerebro para comprender la creación y percepción artística (Zeki, citado en Andreu & Martín, 2011). Este concepto aterrizado a la cinematografía se denomina neurocinemática, campo de estudio interdisciplinar que aparece en 2008 y definido por Hasson et. Al (2008); enlaza la neurociencia cognitiva con la investigación cinematográfica, es decir de manera más simple el efecto del cine en la actividad cerebral.

Según Ramachandran y Hirstein (1999), toda teoría vinculada a la creación o percepción del arte contiene 3 componentes: la lógica del arte, la evolución racional del arte y el circuito cerebral. Dentro del Proyecto de Investigación "Nuevas Tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales contemporáneos" desarrollado en el año 2011 en Barcelona, Celia Andreu-Sánchez y Miguel Ángel Martín-Pascual plantean la intertextualidad como nueva herramienta neuroestética de análisis cinematográfico. La intertextualidad se refiere a hallar las relaciones existentes entre narrativas de diferente tipo; la influencia de una obra en otra.

Esta contiene los 3 componentes enunciados por el filósofo Vilayanur Ramachandran y el neurólogo William Hirstein. Así, la lógica del arte y su evolución racional sobresalen desde la perspectiva cultural y de la historia cinematográfica; y el circuito cerebral, se hace visible cuando las redes de neuronas espejo y la memoria cerebral explican biológicamente esta propuesta teórica planteada.

Por su parte, el sistema de neuronas espejo (MNS) muestra que un estímulo externo puede rememorar una actividad neuronal similar a la que se genera al interior del individuo

cuando representa o realiza una acción, (Rizzolati *et al* citado en Andreu & Martín, 2011). Lo que justamente sucede cuando el espectador se encuentra ante una producción audiovisual: el contenido y la forma del *film* permea el eje emocional y cerebral del individuo, y entonces el espectador experimenta las sensaciones de los personajes como suyas.

Según el neurocientífico Joaquim Fuster, la percepción es la categorización de los objetos por los lazos con las características que han ocurrido en el pasado y de esta manera han sido relacionadas por una experiencia anterior (Fuster citado en Andreu et al., 2011). Fuster afirma que cada sensación es producto de otras sensaciones experimentadas en el pasado. El espectador de un *film* percibe y decodifica la obra haciendo uso del conocimiento previo que posee sobre contenidos y formas. El espectador no solo 'conoce' a la película, sino que también la 'reconoce' y es esto precisamente lo que interesa de la comunicación intertextual: el reconocimiento frente al conocimiento (Andreu & Martín, 2011).

1.4 Imaginarios y Representación

Schopenhauer afirma que "la realidad no es sino voluntad de realidad, voluntad y representación" (1818, p. 1-1272). Gilles Fauconnier, lingüista francés, mencionaba en su obra: *Espaces mentaux*, que el mundo real efectivamente existe. Están, entonces, el mundo real y el espacio mental. Fauconnier (1984), decía que un espacio mental no pretendía construir una representación fiel de la realidad, como es el caso del mundo real, sino un modelo cognitivo idealizado.

Así, al mundo real pertenecen los "hechos en bruto", concepto planteado por el filósofo estadounidense Jhon Searle. Según Searle, existen hechos en bruto y hechos institucionales. Los hechos en bruto son aquellos que existen con independencia de la existencia humana, y los

hechos institucionales son aquellos que dependen del acuerdo humano (Searle citado en Posada, Díaz y Jaramillo, 2016, p.188).

En su obra: Mente, lenguaje y sociedad, Searle explica la construcción de la realidad en términos de: "A se considera como B en el contexto C" (2004, P.117). Así, A corresponde al hecho bruto (individuo, objeto material); B hace referencia al estatus, poder, capacidad, función (del objeto o individuo); y C representa el contexto donde dicho poder, es decir B, ostenta validez. Esta fórmula lleva al hecho institucional. Por ejemplo: La película *Los viajes del viento* (A) representa un símbolo identitario (B) para el Caribe colombiano (C).

Si bien es cierto, que los hechos existen 'en bruto', el registro que los seres humanos tienen de ellos no es en bruto; el registro de los seres humanos es a través de signos. Es decir a través de la conjugación de significante y significado. Ese estudio del transcurrir de los signos en la sociedad es labor de la semiótica (Gómez, 2001, p.197). Para el cumplimiento de esta labor, la semiótica, y no la semiosis como afirma Gómez (2001, p. 200), considera una serie de matrices de sentido o esquemas abstractos de representación, es decir de imaginarios, los cuales ordenan o configuran, de manera global, significados (conceptos) que *a posteriori* son asignados a significantes (formas concretas). Este proceso involucra tres planos de significación, que serán definidos y explicados, posteriormente a la aclaración que se hace a continuación:

Respecto a la afirmación acerca de semiosis, planteada por Gómez, es pertinente precisar que la interpretación semiósica, como la define el semiólogo italiano Umberto Eco (1992), es la misma interpretación semántica, es decir el producto de la atribución de significado por parte del destinatario (el espectador) ante la manifestación lineal de un texto (p.4). Mientras que, la interpretación semiótica es la interpretación crítica, es decir aquella que intenta explicar los

motivos estructurales del texto (en este caso el texto de la ‘realidad’) por los cuales se generan determinadas interpretaciones semánticas (Eco, 1992, p.4).

Continuando con los planos de significación, estos corresponden a los siguientes: los imaginarios, las representaciones y los sistemas de representaciones. Peirce propone tres categorías fundamentales de la semiótica, suficientes para dar cuenta de toda la experiencia humana: la primeridad, la secundidad y la terceridad. Al aplicar estas categorías, se tiene que el plano de los imaginarios se identifica con la primeridad, es decir aquella que se aplica a la posibilidad de ocurrencia; las representaciones corresponden a la secundidad, es decir del hecho, de la manifestación, de la ocurrencia explícita; y el sistema de representaciones sería la terceridad, la categoría que media, que regula la interacción (Gómez, 2001, p.200).

La conjugación de estos tres planos configura la realidad, pues se une lo imaginario con lo simbólico:

> Lo real desborda al discurso, excede a lo simbólico aunque depende de ello para hacerse aparente. “En todo caso, la ¨realidad¨ es lo Imaginario: aquello, precisamente, que constituye para el Sujeto una totalidad de sentido sin fisuras, que le da plenitud ante sí mismo y ante los otros. O, para mayor precisión: la ‘realidad’ es un cierto “anudamiento” de lo Imaginario a lo Simbólico...”. (E. Grüner, citado en Gómez, 2001, p. 208).

> Lo imaginario comienza a trabajar como tal cuando adquiere independencia de las voluntades individuales, aunque necesita de ellas para materializarse. Los sujetos, a partir de la valoración imaginaria colectiva, disponen de patrones espacio-temporalmente definidos para sus juicios y acciones, los cuales inciden a su vez

> en los imaginarios que funcionan como principio regulativo de las conductas. El comportamiento de los sujetos se despliega aspirando a ciertos modelos guías, paradigmas que regulan las distintas esferas de la praxis. Pero estos órdenes categoriales se gestaron, precisamente, en función del imaginario colectivo el cual produce materialidad, es decir, produce efectos en la realidad tanto como "efectos de realidad". (E. Díaz, citado en Gómez, 2001, p.201).

Es entonces como a través de la percepción, como herramienta fundamental, los imaginarios construyen algo como real. Los imaginarios son matrices de representación y representación significa dar sentido: Asignar al significante un significado y a partir de esta unión obtener un signo. Los imaginarios son como lentes que permiten percibir sin ser los mismos percibidos en el acto de la visión (Lunhmann, citado en Gómez, p.199, 2001). Cumplen la función de la ventana. La ventana es relevante no en sí misma, sino en lo que se ve a través de ella. Los imaginarios son entonces, estados y estructuras mentales inconscientes, entendido aquí el inconsciente como "el discurso del otro" según Lacan (1969); porque la característica principal de este discurso es, justamente, lo imaginario:

> "…dominado por este discurso, el sujeto se toma por algo que no es y que, para él; los demás y el mundo entero llevan el peso de un disfraz. El sujeto no se dice sino que es dicho por alguien; existe pues, como parte del mundo de otro (ciertamente disfrazado a su vez). El sujeto está dominado por un imaginario vivido como más real que lo real, aunque no es sabido como tal". (Castroiadis citado en Gómez, p. 202, 2001).

Habiendo entonces ahondado en los imaginarios como matrices de representación en la construcción de la realidad, en su más amplio espectro, se abordará el concepto dentro del marco

del turismo. Más allá de reducir las dimensiones subjetivas del turismo a las características psicosociales que permitirían mejorar la atracción de turistas potenciales o explicar los factores motivacionales y de satisfacción o rechazo de su experiencia, todo esto enmarcado dentro de la oferta turística; estudiar el turismo, a partir de sus dimensiones subjetivas, es una forma de entender el mismo como un fenómeno de humanización de la vida rutinaria que lleva el ser humano a cuestas (Hiernaux, 2015).

Las dimensiones subjetivas del turismo pueden englobarse en tres conceptos: sueños, fantasías e imaginarios. “No se puede vivir sin soñar dicen los médicos. En el sueño, el inconsciente adquiere un dinamismo confuso pero relevante para el equilibrio psíquico del individuo” (Hiernaux, 2015, p.71). Pero también existe la ensoñación, ese soñar despiertos, cuando la mente elude el entorno material y psicológico y viaja a través de otros cosmos. De la imposibilidad de movilizarse físicamente surgió el recurrir a cuentistas o juglares como Ignacio Carrillo en *Los viajes del viento*, cuyas historias derivaran en estados de ensoñación.

El turismo, o más exactamente la experiencia turística, acerca al ser humano directamente al mundo, lo sitúa físicamente “fuera de lugar”, permitiéndole experimentar otros espacios (Hiernaux, 2015, p.72). Pero antes de la experiencia turística, está la ensoñación, a partir de la cual el turista construye un mundo virtual donde inserta sus deseos y frustraciones. Ese mundo virtual constituye un espacio imaginario al margen de la realidad, por lo que la experiencia turística es otro campo del conocimiento que la ensoñación no puede abarcar en todos sus ángulos, buenos o malos (Hiernaux, 2015, p.72).

Uno de los factores que aleja la experiencia onírica de la experiencia real del turismo son las fantasías, formas de inventar un estado no real basado en información externa y construcciones mentales. Así la experiencia turística está condicionada por el tipo de fantasía que

el turista fabrique *a priori*, por las imágenes turísticas dadas y la información de terceras personas (Hiernaux, 2015, p.73).

Habiendo hablado de ensoñaciones y de fantasías, la construcción de imaginarios es otra de las dimensiones subjetivas de la experiencia turística. Para Vera et al. (citado en Barrado, 2004), el destino es un lugar de consumo que se vale de una imagen que le asigna algún tipo de simbolismo social (p. 59). Ese simbolismo social es producto de la confluencia de imaginarios individuales, que se configuran a partir de las experiencias y percepciones antes, durante y después del viaje; y, que al ser compartidos desembocan en imaginarios colectivos. Según Abril (citado en Martínez, 2012, p. 102):

> Los imaginarios son un abigarrado repertorio de imágenes compartido por una sociedad o por un grupo social, el espacio de las objetivaciones de la imaginación colectiva. El imaginario comprende representaciones, evidencias y presupuestos normativos implícitos que configuran un modelo de imaginarse el mundo, las relaciones sociales, el propio grupo, las identidades sociales, los fines y las aspiraciones colectivas, etc.

Además del carácter de guía de análisis que según Abril los imaginarios les conceden a las representaciones, Hiernaux (citado en González, 2010, p. 17) les añade un elemento de sentido que las transforma simbólicamente para servir también como guías de acción. “La espacialidad misma de las imágenes afirma, así, un lazo fundamental, quizás fundacional, entre el espacio y el imaginario, que el tiempo no puede invocar, ya que la imagen es atemporal” (Hiernaux, 2010, p.17). Según González (2010):

> Las imágenes turísticas son representaciones políticas de las geografías, de sus topografías e identidades culturales. No son inocentes, encierran discursos

> ideológicos construidos con el objetivo de convertir los recursos culturales y ambientales en mercancías turísticas, y además, para reconstruir identidades en permanente definición. (p. 5).

La perspectiva de González ahonda, entonces, en el devenir de los imaginarios, mencionando que estos últimos se nutren antes y después de realidades contextuales, y se dilucidan en el restablecimiento de la memoria y los recuerdos que reconfiguran los imaginarios originales (2010, p. 14). Las realidades contextuales, insumo para los imaginarios, derivan de situaciones rutinarias como hacer compras, ir al colegio, al trabajo, al hospital; y de situaciones que justamente rompen con la rutina y/o sitúan al individuo en otros escenarios, como es el caso del turismo y los viajes, el cine y cualquier otro tipo de arte.

Charles Taylor, filósofo canadiense, (citado en Hiernaux, 2015, p. 75) definía los imaginarios sociales más allá de las construcciones intelectuales producto de la reflexión sobre la realidad. Taylor estaba interesado en la forma en que los individuos imaginaban su existencia social, la clase de relaciones que establecían entre sí, sus expectativas, imágenes e ideas normativas.

Por su parte, Baeza traslada el concepto de un plano individual, como el que propone Taylor, a un plano colectivo. Según Baeza, (citado en Hiernaux, 2015, p. 75) “los imaginarios sociales son múltiples y variadas construcciones mentales (ideaciones) socialmente compartidas de significancia práctica del mundo, en sentido amplio, destinadas al otorgamiento de sentido existencial”. Hiernaux, entonces, plantea de manera más completa el concepto, armoniza las definiciones anteriores, y pone el aspecto temporal en consideración. Así, el imaginario social puede ser definido como:

> El conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, un periodo o una persona (o sociedad) en un momento dado. La representación que el imaginario elabora de un proceso, es construida a partir de imágenes reales o poéticas (inmersas en el campo de la fantasía).Variable y distendido, el imaginario es una construcción social –al mismo tiempo individual y colectiva- en permanente remodelación, una suerte de edificio mental que nunca se termina ni se terminará de ampliar o remodelar. (2015, p. 8).

Aterrizado al plano turístico, el imaginario turístico es el segmento del imaginario social referente a las expresiones del fenómeno sociológico del viaje. Este se construye a partir de percepciones, experiencias e información externa. Así, el imaginario es producto de la interacción entre diversos idearios que influencian las sociedades y sus individuos. Estos idearios están constituidos por sistemas de valores que conducen las acciones de los miembros de una sociedad (Hiernaux, 2015). Según Le Goff, (citado en Hiernaux, 2015, p. 8), la diferencia entre imaginario e ideario radica en que este último establece un diagnóstico normativo, puede decirse estructural, sobre los hechos mientras que el imaginario implanta una construcción cambiante, generada a partir de las interpretaciones fantasiosas que expresa el ser humano sobre el tema imaginado.

1.5 Experiencia y experiencia turística

La palabra *experiencia* tiene una connotación casi científica, pues posee la misma raíz que *experimento*. Aduce la sensación de algo pasajero, efímero. En lo que respecta a los datos de las experiencias culturales, según McCannell (2003), estos se crean por modelos de vida social idealizados. Es decir, a través de la conversación trivial, el cine, la ficción, las exposiciones.

El nacimiento de una experiencia cultural está dado por la amalgama de dos elementos esenciales: el modelo y la influencia. El primero se refiere a la representación de un aspecto de la vida sobre el escenario, en un libro, en un discurso, en una película. El segundo, la influencia, es la creencia o sensación intensificada basada en el modelo (McCannell, 2003).

Entonces, para que el modelo y la influencia se unan, debe existir un tercer elemento y ese elemento cohesivo, es el medio. La narrativa cinematográfica, toda la producción audiovisual, en el caso de estudio *Los viajes del viento*, corresponde al modelo; el imaginario sobre la Región Caribe producto de ver el *film* y la experiencia del *film induced tourism* serían la influencia. Y, el medio que conectaría al *film* con el imaginario y con el turismo constituiría el cine, propiamente la proyección de esa producción audiovisual.

Así, la intervención del medio es sutil, podría decirse que su presencia es latente, modesta como la del imaginario; se sitúa imparcial e indiferente. Por ejemplo, los *films* reproducen personalidades, tendencias, comportamientos, pero si existe la más mínima suspicacia respecto a que los gestos, afectación, vestimenta u otros elementos se presentan ante el espectador con la clara intención de crear una moda comercialmente explotable, la moda fracasará, como es el caso tratado anteriormente por Stanishevski (2007), referente a la poca efectividad y persuasión en la trasmisión de mensajes que se perciben claramente como publicitarios.

McCannell (2003), denomina producción cultural al conjunto del modelo, la influencia, el medio, la audiencia, los directores, productores y distribuidores. Las producciones culturales son signos; como los rostros de Jesucristo en las pinturas y esculturas, se parecen unos a otros, pero no al original. Son también rituales, pues se basan en modelos que hacen viajar al individuo más allá de sí mismo y de las limitaciones de la vida diaria, conduciéndolo a un estado en el que

comparte sus emociones con las emociones de aquellos que se encuentran también bajo la influencia.

Únicamente en la experiencia cultural los datos se organizan para generar sentimientos y experiencias específicos. Por tanto, las experiencias culturales se oponen a las experiencias científicas en el sentido de que una es la imagen reflejada en un espejo de la otra. Los experimentos científicos están diseñados para controlar el sesgo, en especial el producido por los seres humanos, en el resultado; en cambio las experiencias culturales están diseñadas para incorporarlo. Las actitudes, creencias, opiniones y valores que estudian los sociólogos constituyen los residuos de las experiencias culturales que, separadas de sus contextos originales, se descomponen en las mentes de los individuos (McCannell, 2003).

La atracción turística constituye un signo, es decir aquello que según Pierce (citado en MacCannell, 2003), representa algo para alguien. En ese sentido la atracción está definida por la relación entre marcador, vista y turista. El primero entendido como una información sobre la vista. Por ejemplo, las rocas lunares traídas por los astronautas constituyen una vista, mientras que un montón de guijarros recogidos en el monumento nacional *Craters of the moon*, en la zona volcánica localizada en Idaho, constituyen un *souvenir*, un marcador. Así, los *souvenirs* los coleccionan individuos, mientras que las vistas las coleccionan sociedades enteras (MacCannell, 2003).

Capítulo 2. Análisis contextual de la película *Los viajes del viento* y de la Región Caribe Colombiana

Este capítulo presenta un análisis contextual. Por una parte, del *film* objeto de estudio y por otra de la Región donde este se desenvuelve. Así, respecto a la película, se realiza una revisión de la trama, de la narrativa y de los elementos representativos. En lo referente a la Región Caribe Colombiana, el contenido abarca la descripción de cada una de las locaciones que aparecen en el *film*, narrado de forma correspondiente al orden en que los protagonistas desarrollan su viaje.

2.1 *Los viajes del viento*

Los viajes del viento, es un *film* del director colombiano Ciro Guerra, que narra la historia de Ignacio Carrillo, un mítico acordeonista y juglar que ha recorrido pueblos durante años junto con su acordeón y que decide dejar de tocar y emprende un último viaje por el norte de Colombia, para devolverle el instrumento a su anciano maestro. Durante el recorrido encuentra a Fermín, un niño que lo admira y quiere ser como él. Juntos siguen el trayecto desde Sucre hasta más allá de la Guajira y navegan por la diversidad de la cultura del caribe (Proimágenes, Sección: Ver cine colombiano). El *film* recrea una imagen vivaz de la tradición caribeña y conduce al espectador a través de un viaje que atraviesa la música y la cultura de la Región Caribe Colombiana.

Los viajes del viento son una metáfora de los viajes del alma. Son una música, un aire. Ignacio Carrillo recorre la Región Caribe, partiendo de Majagual hasta llegar a Taroa. Atraviesa la montaña, la ciénaga, el desierto. Es una trama que transcurre a través del género insigne para contar historias, a través del vallenato, de ese reportaje cantado, que Guerra imprime en el alma

de su obra. Gabriel García Márquez decía que "Cien años de soledad era un vallenato de 350 páginas" (García citado en Jaramillo, 2017), un vallenato que mezcla todos los aires: la puya, el son, el paseo y el merengue. Ciro Guerra podría entonces decir que los *Los viajes del viento* son, como dijo Chiche Maestre, Rey Vallenato en 1990, acerca del son, el aire más lento "un cuento que narra nostalgias" (s.f.).

Según Ciro Guerra, en una entrevista realizada por Nathan Jaccard para la Revista Semana, la película se desarrolla en 1968, justo porque es una época que marca el final de los juglares y el comienzo de una nueva etapa de masificación del ritmo, el surgimiento de estrellas, la producción de discos y de conciertos. El elemento mítico se encuentra muy presente a lo largo de la película. Su director afirma que la historia de Francisco El Hombre llamó su atención, por ser "una variación del mito de Orfeo que se enfrenta a Hades, un mito universal adaptado a un concepto local" (Guerra, 2009). Como cuenta Diana Bustamante, productora del film, "esta es una historia, es un viaje iniciático, es como la historia clásica del viaje del héroe y un poco es el viaje de esa transformación. Hay una serie de arquetipos que se repiten en la historia de la literatura y de igual manera de la narración: el maestro, el joven, el héroe. El reto era utilizar esos elementos dentro de la mitología del mundo vallenato. Es decir, si fuéramos japoneses hubieran sido samuráis" (Bustamante, comunicación personal, 5 de octubre de 2017). De este modo, la figura de Francisco el Hombre aparece en Cien años de soledad, como:

> Un anciano trotamundos de casi 200 años que pasaba con frecuencia por Macondo divulgando las canciones compuestas por él mismo. En ellas Francisco el Hombre relataba con detalles minuciosos las noticias ocurridas en los pueblos de su itinerario, desde Manaure hasta los confines de la Ciénaga, de modo que si alguien tenía un recado que mandar o un acontecimiento que divulgar, le pagaba dos

> centavos para que lo incluyera en su repertorio. Fue así como se enteró Úrsula de la muerte de su madre, por casualidad, una noche que escuchaba las canciones con la esperanza de que dijeran algo de su hijo José Arcadio. (García, 1967, p. 23).

También, Consuelo Araujo Noguera, una de las fundadoras del Festival de la Leyenda Vallenata escribió:

> Una noche al regresar Francisco después de una parranda de varios días y al ir hacia su pueblo, para distraerse en la soledad de la noche, abrió el acordeón y, sobre su burro, como era usual en aquella época, empezó a interpretar sus melodías; de pronto, al terminar una pieza, surgió de inmediato el repertorio de otro acordeonero que desafiante trataba de superarlo; de inmediato Francisco marchó hacia él hasta tenerlo a la vista; su competidor, para sorpresa, era Satanás, quien al instante se sentó sobre las raíces de un árbol, abrió su acordeón, y con las notas que le brotaban hizo apagar la luna y todas las estrellas.
>
> El mundo se sumergió en una oscuridad tal, que sólo los ojos de Satanás resplandecían como tizones. Sus notas eran las de un gran maestro; algunos dicen que de ese encuentro nació el canto del "Amor – Amor", pues Francisco, dueño de grandes virtudes y poseído de mucha fe, lejos de acobardarse con la abrasadora oscuridad, abrió su acordeón e hizo sonar tan hermosa melodía y la magia de la misma devolvió la luz a la luna y a las estrellas, infligiendo mucho temor del demonio. Después clamó a Dios y entonó el credo al revés con la potencia de su voz, de tal suerte que el demonio, vencido, exhaló un terrible alarido y con su

> acordeón a rastras huyó hacia las montañas donde se perdió para siempre. (Araujo citada en Rincón, 2017).

Así, Ciro Guerra cuenta esta historia a partir de la narrativa de El viaje del héroe. El viaje del héroe o monomito es también una estructura mítica como la Odisea, El mago de Oz, La guerra de las galaxias o El señor de los anillos. En *Los viajes del viento*, el mundo ordinario se manifiesta en el escenario del funeral, con la muerte de la esposa de Ignacio Carrillo. El problema, el nudo, la llamada a la aventura surge cuando Ignacio emprende su travesía en busca de devolver el acordeón acompañado de Fermín, un niño que pretende seguirlo. Luego, se encuentra con un trabajador de la alcaldía de Chimichagua, quien lo invita a tocar el acordeón en una fiesta del alcalde. Ignacio se niega, y eso corresponde al rechazo a la llamada.

Luego, está la entrada al mundo especial, donde están presentes los aliados, adversarios y pruebas. El juglar y su acompañante continúan su camino, atraviesan la Ciénaga y el mercado de Mompox. Luego, se topan con un grupo de vaqueros que les ofrecen de comer y les cuentan sobre la piqueria que se hace para el día de La Candelaria. Ignacio y Fermín llegan, entonces, a la Fiesta de los acordeones de Becerril en honor a la Virgen de la Candelaria en el que el protagonista se enfrenta a un duelo con un acordeonero y dice “aquí lo que se respira es pura brujería”; el hombre tiene colgado un talismán mágico que comparado con la magia del acordeón de Ignacio no representa ningún poder. Así, Ignacio es apuñalado y se rompe su acordeón.

Al llegar a la Serranía del Perijá, se encuentran con Nini, hermano de Ignacio, el único que puede arreglar el acordeón. Nini se sienta a hablar con Fermín y le cuenta la historia del acordeón, no se sabe si a modo de chiste, mito o verdad. La figura de Nini, aquí, es la del mentor. Le dice que Guerra, el maestro de Ignacio, se lo ganó al diablo en una piqueria y que por venganza el diablo le puso una maldición a todo aquel que lo toque, en la que vivirá convertido

en juglar, de un lado para otro, tocando y cantando hasta la muerte. Por eso, Carrillo emprende ese viaje para poder devolverle el acordeón a su maestro y así este quitarle la maldición.

Participa en el primer Festival de la Leyenda Vallenata y cruza la Ciénaga hasta llegar al Morro, donde es obligado a tocar en una pelea de machete. Fermín es bautizado con sangre de lagartija por parte de los palenqueros. Ignacio se tropieza con unos marimberos de la Guajira que le quitan su acordeón y lo hieren gravemente, dejándolo al borde de la muerte. Entonces es llevado a Nabusimake para ser curado por los arhuacos, mientras Fermín logra recuperar el acordeón, lo cual significa la recompensa. Luego, al encaminarse a devolver el acordeón, el héroe regresa a la aventura. El juglar y su acompañante van hasta la Sierra Nevada y no se sabe si la música que suena es la del viento o el acordeón. Finalmente, llegan a Taroa e Ignacio se enfrenta a la muerte del maestro Guerra y a compartir el don del acordeón con sus hijos. En el retorno con el elixir del conocimiento, el juglar recibe un mensaje de su maestro que le cambia la vida, mensaje que el director del *film* deja a libre interpretación del espectador, envolviéndolo en la magia y haciéndolo partícipe de la narrativa de la obra.

Los viajes del viento es, entonces, una película que se aleja de los convencionalismos y estereotipos que cubren la Región Caribe, es una puerta a conocer su esencia real, desde la cosmogonía plasmada en el wayúunaiki de los wayúus, hasta el ikn de los arhuacos, el bantú de Palenque y el castellano (El Tiempo, 2009).

Así, el desarrollo de películas de este tipo, alejadas de proyectar una imagen sesgada y reduccionista de una Región, sino enfocadas en sus los rasgos pluriculturales y en construir una narrativa basada en leyendas como en este caso, la de Francisco El Hombre, contribuye a conservar el patrimonio, el cual a su vez enaltece la identidad de los habitantes. Esta identidad, aquello de lo que las personas de determinado lugar se sienten orgullosas porque hace parte de lo

que son, es uno de los elementos que especialmente incita al turismo, a la búsqueda de lo desconocido, al encuentro con lo distinto.

2.2 La Región Caribe Colombiana

Una región que es selva, costa, ciénaga, montaña, desierto, páramo y sabana. Conformada por el desierto de la Guajira, habitado por los indígenas Wayúu; el municipio de Manaure, donde se encuentran las salinas marítimas más importantes del país; la Sierra Nevada de Santa Marta, la montaña costera más alta del mundo, donde vivían los Tayronas y viven aún los arhuacos, arsarios, kogis y kankuamos; la selva del Golfo de Urabá, la zona más austral del Mar Caribe; la costa y sus principales centros urbanos Barranquilla, Cartagena de Indias, Santa Marta, Valledupar, Montería, Sincelejo y Riohacha; las sabanas de Córdoba, Sucre y Bolívar, con sus extensas fincas antes ganaderas, algodoneras y bananeras y hoy en día, más dedicadas a la palma africana, el arroz, la yuca, el ñame y el sorgo (Lozano, 1995).

Está también, la Ciénaga de Santa Marta, el complejo lagunar más grande de Colombia; la Serranía del Perijá, que marca la frontera entre Colombia y Venezuela, con Norte de Santander, Cesar y La Guajira; y el Río Magdalena, sobre el que se erige Magangué, región comercializadora de arroz, ganado, hamacas, y tabaco; y muy cerca de allí, sobre la depresión momposina, La Isla Mompox, la isla fluvial más grande del país (Lozano, 1995) (figura *1*). Allí se encuentra Santa Cruz de Mompox que, según García Márquez, es un pueblo que "no existe y con el que soñamos solamente" (García, 1989, p.61). El espacio cultural Caribe, como dice Quince Duncan, es:

> Un espacio que comparte una característica con una poderosa tradición oral, la notable influencia cotidiana de la música, los instrumentos musicales; la literatura; la culinaria; las artes visuales; mitos y leyendas; la arquitectura, los carnavales; la

> armonía con la naturaleza, y la tolerancia religiosa y étnica, todos ellos elementos incontrastables de la importancia de lo cultural en el desarrollo de las ciudades caribeñas. (Duncan citado en Gutiérrez, 2001, p.84).

Para seguir la ruta y comenzar el viaje que emprendieron el juglar y su acompañante. De Sur a Norte, desde Sucre hasta La Guajira, desde el bantú hasta el wayúunaiki; la travesía comienza en Majagual, el pueblo de donde parte Ignacio. Es un municipio de Sucre, en el Atlántico, al norte de Colombia (Alcaldía de Majagual, s.f.). Los campos de arroz atraviesan su territorio y los vaqueros, como aquellos con los que el juglar de *Los viajes del viento* se encuentra, son el sustento de la región a través de la ganadería y la pesca. Estas historias del Sinú y de las sabanas son, justamente, la inspiración del porro: "Lo que son mis coterráneos, sabe a ciénaga, a río, a mar, a caminos viejos, a barro, a pájaros, a comida. El porro es el dueño del Sinú y de las sabanas", como dijo alguna vez Pablito Flórez, el "Juglar del porro" (Revista Arcadia, 2011).

En el siguiente fragmento de "Yo, el porro", relato compuesto por Carlos Marín Calderín, asesorado por el cronista Alberto Salcedo Ramos, dentro de una convocatoria para la creación periodística sobre el patrimonio, presentada por el Ministerio de Cultura; se define la riqueza y variedad de las influencias de este ritmo musical:

> Mi ritmo y melodía empezaron a entremezclarse desde la época de la colonización española. Surjo de la unión entre las gaitas indígenas, los tambores africanos y los instrumentos de viento europeos. Nazco del mismo tronco de la cumbia y soy primo del vallenato y del bullerengue. El aborigen me dio la riqueza melódica de las gaitas; el esclavo me trajo el tambor con su sincopada tradición rítmica, que en el baile incita al desbaratamiento del cuerpo, y el colonizador me añadió el

> sistema tonal, eso que conocemos como el pentagrama, do, re, mi, fa, sol, la, si, y con ello, claro, orden, armonía, afinación y elegancia. (Marín, 2012, prr. 21).

Siguiendo el camino, más al norte está Mompox, donde Ignacio y Fermín llegan al mercado. Mompox es una isla rodeada por el Río Cauca, inmersa en ciénagas, playones; en una depresión. Fue centro cultural, comercial y religiosos de la colonia. Es una de las ciudades fundadas más antiguas, más diversa y más encantadora. Su riqueza cultural la llevó a ser declarada Patrimonio de la humanidad en 1995. Sus habitantes y cualquiera que haya pisado esta tierra coinciden en la magia que la envuelve. Antiguamente, las comunidades se asentaron a orillas del Magdalena, porque el río era su fuente de vida y de sustento (Aventure Colombia, 2016). Así, este pueblo lleva el ritmo de la calma. El calor hace pensar al viajero que se encuentra ante un espejismo; un espejismo tan brillante como los pescaditos de oro que fabricaba el coronel Aureliano Buendía. Por algo dicen que, Mompox, donde nació el autor de Cien Años de Soledad es un pueblo macondiano.

A 100 kilómetros, al nororiente de Mompox está Chimichagua; también un municipio en el Cesar. “Es una sociedad de cultura e idiosincrasia costeño-caribes, aunque esté ubicada a más de 200km del mar” (Medina, 1990, p. 1).

> Chimichagua es un festival de danzas que enmarca los rituales de nuestros ancestros indios y de negros que bailaban al ritmo de la tambora. Es un reencontrarse con los amigos de infancia bajo la mirada protectora de la Inmaculada Concepción que un día nos vio partir. Es una piragua anclada en un pequeño rincón de nuestra querida Colombia. (Moreno citado en Medina, 1990, p. 5).

Cuenta Ismael Enrique Medina Lima, en su obra, Mi Chimichagua de ayer, donde narra cuentos y remembranzas de la tierra de “La piragua”, que hablando con don Melasio, oriundo de allí, este le dijo:

> Ah sí, "La Piragua" del cachaco Cubillos. Sí fue cierto que existió. Fue construida por Lorenzo Simanca, de cedro y tolú, por allá en el año 15. Era tan grande que los bogas podían dormir allí en sus hamacas, y los pasajeros también, pues el viaje de aquí a El Banco duraba tres días. "La Piragua" solamente transportaba pasajeros, petates, escobas y manteca, muy rara vez llevaba pescado y otros productos. Era pesadísima y había que impulsarla con remos y varas bien fuertes, porque los canaletes no le servían. (1990, p.21).

Sí, se trataba de la misma “Piragua” que José Benito Barros Palomino inmortalizó en su canción. “La Piragua” de Guillermo Cubillos, sobre la que le contaron sus abuelos, que partía del Banco hasta “las playas de amor en Chimighagua”; que zapoteaba el vendaval estremeciéndose; que impasible desafiaba la tormenta, y las estrellas siempre la seguían; y de la que ahora ya no queda más que su recuerdo (1969).

Becerril, cerca de Chimichagua, es el pueblo al que Ignacio Carrillo llega y donde se enfrenta al duelo con un acordeonero. Allí, se celebra la tradicional fiesta de la Paletilla junto a las festividades de la virgen de La Candelaria, patrona del pueblo (El Heraldo, 2013). La fiesta de la Paletilla es un evento cultural que conmemora las costumbres de las comunidades Yukpas, asentadas en la Serranía del Perijá. Además, lleva este nombre en honor al instrumento de la paletilla, utilizado por los indígenas como arma para la caza y la defensa. El festival se caracteriza por la escenificación de “La Mudanza” que hacían los indígenas motilones, en la que

cargaban sus casas de palma y los enseres de su hogar, asentándose en una u otra parte como sus antepasados nómadas (El Pilón, 2014).

La ruta hacia el norte se cubre de montañas y emerge entonces la Serranía del Perijá, entre los departamentos del Cesar, La Guajira y Norte de Santander, limitando con el Estado de Zulia en Venezuela. Tiene relevancia biológica por su fauna y flora. La rodean bosques húmedos, secos y páramos cubiertos de pajonales, matorrales y frailejones (Aguilera, 2016). Sus ríos "alimentan a la Ciénaga de Zapatosa, el cuerpo de agua dulce más extenso de Colombia" (Viloria citado Aguilera, 2016, p.1). La Serranía de Perijá se ve cubierta por la niebla y, en *Los viajes del viento*, como si de una cortina mágica que se corriera se tratase, aparece en medio de la montaña la casa de Nini.

> Al extremo nororiental de Colombia la cordillera andina se vuelve más flaca, húmeda y selvática, hasta sumergirse como el sol en el océano Atlántico. A lo lejos se levanta con imponencia un gigante ataviado con múltiples sombreros de nieve. La Sierra Nevada de Santa Marta se descalza en sus faldas meridionales las llanuras del río Ariaguaní, las sabanas de San Ángel. Allí aún viven los ette, o ette ennaka (gente verdadera), replegados por siglos tras los tenaces exterminios perpetrados en el valle del antiguo cacique Upar. (Rocha, 2008, p.41).

En el camino ya empiezan a sonar notas de acordeón y se oye cantar a Marciano Martínez sobre "su caballito de madera fina, que desde la niñez le alegra la vida" (2009). En Valledupar se celebra una gran fiesta, a partir de 1968 todos los 29 de abril. A esta fiesta, vinculada a una tradición religiosa, se le añadió música como elemento cultural y regional, para convertirla en uno de los eventos más representativos de Colombia: el Festival de la Leyenda Vallenata. Su origen se remonta a las fiestas del Milagro de la Virgen del Rosario, celebradas desde el siglo

XVI en la región que hoy se conoce como el departamento del Cesar. Para conmemorar este evento se hacía alusión a leyendas relacionadas a los enfrentamientos entre las tribus indígenas tupe y chimila contra los habitantes de la ciudad de Valledupar, apenas surgiendo a finales de abril de 1576 (Ubárnez, 2017).

Cronistas de la colonia como Juan de Castellanos, Lucas Fernández de Piedrahita, Fray Pedro de Aguado y José Nicolás de la Rosa, coinciden en sus escritos en que uno de los vecinos, el español García Gutiérrez de Mendoza, uno de los primeros conquistadores y pobladores de Valledupar, pasó con varios amigos al hato del Cacique Uniaym, para tomar algún ganado como parte de lo impuesto por los españoles a los indígenas de la región. Lo acompañaba un adolescente tupe llamado Antoñuelo, quien le hacía de escudero (Ubárnez, 2017).

Al llegar al hato, Antoñuelo escapó y le contó al Cacique de los tupe sobre los maltratos a los que estaba sometido él y los demás indígenas que estaban al servicio de los españoles, en especial la india Francisca, quien fue azotada y a quien le cortaron el cabello por celos de su patrona, una de las peores ofensas para los nativos. En medio de la ira, el Cacique, reunió a los tupe y chimila y el 27 de abril de 1576 atacaron el hato de García Gutiérrez de Mendoza, incendiaron su casa, y lo asesinaron a él junto a otros españoles a punta de flechas. A la mañana siguiente incendiaron también la iglesia de Santo Domingo a cargo de Fray Pedro de Palencia, quien estaba acompañado de San Luis Beltrán y Fray Luis Vero, evangelizador de los indios de la Sierra Nevada (Ubárnez, 2017).

Además, intentaron prender en fuego el convento, pero una doncella y sus ayudantes lo impidieron, atemorizando y alejando a los indios, quienes fueron perseguidos hasta las sabanas de Sicarare, al sur. En estas sabanas había una laguna que los indios habían contaminado con barbasco (leche venenosa). Durante la persecución, los nativos se camuflaron y los

perseguidores, agotados y sedientos, se arrojaron a la laguna siendo envenenados por el barbasco en las aguas (Ubárnez, 2017).

Los indios quedaron desconcertados al ver que la misma doncella del convento junto a sus ayudantes ayudaba a los perseguidores moribundos, quienes aprovecharon el aturdimiento para asesinar y aprehender a los indígenas. Aquellos que quedaron vivos, pidieron pasar por la iglesia para agradecerle a la Virgen del Rosario, a San Jacinto y a San Pedro Mártir por su protección. Al llegar a la iglesia, los indígenas que estaban detenidos descubrieron que las imágenes sagradas en la iglesia pertenecían a la doncella y los ayudantes, los mismos que ayudaron a levantar a los moribundos en la laguna. Fue así como nació la leyenda (Ubárnez, 2017).

Para conmemorar dichos acontecimientos, la región empezó en Sabanas del Milagro, donde se inauguraron las fiestas anuales del 29 de abril que después se convertirán en una tradición para Valledupar y otras poblaciones de la región. Las celebraciones abarcan los actos religiosos y la dramatización teatral de los acontecimientos. Cada habitante juega un papel dentro de un teatro colectivo. Participan más de mil actores naturales (Ubárnez, 2017). Además, como menciona José Nicolás de la Rosa "es esta allí la festividad más regocijada que se hace en honor de la Virgen del Rosario, rindiéndole gracias por tan singular beneficio, que recibió de su mano aquel su devoto vecindario" (citado en Ubárnez, 2017).

En 1968, el gobernador del departamento del Cesar, Alfonso López Michelsen, basado en estas celebraciones, propone a Consuelo Araujo Noguera, dirigente regional y conocida popularmente como "La Cacica", incluir la música de acordeón en el programa de las Fiestas religiosas de la Virgen del Rosario. La idea fue apoyada por Miriam Pupo de Lacouture, el compositor Rafael Escalona y el escritor Gabriel García Márquez, quien en ese tiempo recorría la

región vendiendo enciclopedias y armando parrandas junto a Toño Salas, Poncho Cotes Queruz, Andrés Becerra, Emiliano Zuleta y Bertrand Orozco, a lo largo de La Paz, Manaure, San Diego y El Plan. Aun así, la idea fue acogida con escepticismo por los círculos sociales de Valledupar, pues los estratos altos rechazaban esta música. Incluso, en un club de la alta sociedad en Valledupar, prohibían la música de acordeón en sus salones (Ubárnez, 2017).

Para la primera versión, se convocó a los intérpretes más representativos con base en sus grabaciones musicales o su reconocimiento social como juglares o animadores de fiestas y parrandas. La convocatoria y logística fue ardua en medio de las dificultades técnicas de la época y la escaza capacidad hotelera. Alejo Durán fue declarado Primer Rey Vallenato, aquel 29 de abril de 1968, acompañado en el podio por Ovidio Granados y Luis Enrique Martínez, segundo y tercero respectivamente. Así, el 26 de abril de 1986, la creación de la Fundación Festival de la Leyenda Vallenata contribuye a la consolidación del Festival (Ubárnez, 2017).

Sobre el Festival, dijo alguna vez Rafael Escalona: "A partir de entonces, nosotros, en esa tierra en donde estábamos inmersos solo en las fiestas de la cristiandad y los carnavales, comenzamos a convocar con el acordeón y la conducción dinámica de 'La Cacica' al mundo entero hacia Valledupar" (s.f., párr. 15). El Festival de la Leyenda Vallenata se convirtió en uno de los referentes identitarios de la nación colombiana. En la actualidad, incluye las modalidades de concurso de Acordeoneros Profesionales, Acordeoneros Aficionados, Acordeoneros Juveniles y Acordeoneros Infantiles, Canción Inédita, Piqueria y Desfiles de Piloneras. Actúa como dinamizador de la economía de la región y tiene gran influencia en el sector comercial, industrial, discográfico y turístico (Ubárnez, 2017).

El lugar antes llamado el Morro, por su parecido con el cerro de Santa Marta y ahora, Nueva Venecia, por ser un pueblo palafítico, en la Ciénaga Grande de Santa Marta, es donde

Ignacio se ve obligado a tocar en una pelea de machete; donde la masacre del año 2000 conmocionó a la Costa e hizo de la vida en la Ciénaga, "una vida de ritmos lentos, de acumulación, de vaivenes, que se asemeja a la forma en que la memoria se experimenta en el lugar" (Orrantia, 2007, p. 16).

Para el antropólogo Guillermo Rey Sabogal, a través de la música, los pueblos palafitos hacen una catarsis de las tragedias vividas. La confluencia de ritmos como: el baile cantáo, la cumbia, el cumbión, el chandé, el mapalé, el merengue y el pajarito; que tienen una misma esencia, revelan los lazos que "unen el Canal del Dique, los Montes de María, la Ciénaga Grande de Santa Marta, los pueblos Palafitos y la parte baja del río Magdalena" (Rey citado en Linero, 2019).

En los contrafuertes del Monte de María, al sureste de Cartagena, se encuentra el primer pueblo negro libre de América Latina: Palenque de San Basilio. El cual subsiste hasta ahora con su organización social; su lengua criolla que combina una base léxica española con características gramaticales de lenguas bantúes, considerada una reliquia lingüística; y sus ritos de la muerte con raíces africanas (Friedemann, 1990). Los ritos de la muerte o "lumbalú", aunque en Palenque, "lumbalú" no es únicamente el ritual con su ritmo y melodía, sino también el cabildo que lo lleva a cabo; según su etimología, *lu* se refiere a colectivo y *mbalu* significa "melancolía, recuerdo o reflexión que expresa el sentido de cantos de muerto" (Friedemann, 1990, p. 53).

"Hace tiempo, por entre los callejones de Palenque, el golpe del tambor sagrado *lumbalú*, llamado también pechice y percutido por Batata, el jefe del cabildo dentro de la dinastía de tamboleros avisaba la muerte de cualquier persona" (Friedemann, 1990, p. 55). La batata es como un ñame pequeño que se sembraba en San Basilio; y "Batata", también, fue el apodo que le

dieron desde niño al primer Batata, y cuyo título se hereda midiendo quien toca mejor el tambor. “La palabra Batata y lumablú son el rito más grande y representativo del pueblo de San Basilio de Palenque” como lo menciona Justo Valdés, líder del grupo Son Palenque, en el detrás de cámaras de *Los viajes del viento* (Valdés, 2009). Es allí donde, en el *film*, Fermín es bautizado con sangre de lagartija y donde se integra al grupo demostrando su habilidad con el tambor.

Nabusímake, <<Tierra donde nace el sol>>, en lengua arhuaca queda a tres horas de Valledupar y está ubicada en la vertiente occidental de la Sierra Nevada de Santa Marta. Es un pueblo sagrado de casas y bohíos de barro, pintadas de blanco, con bases en piedras provenientes del río, y cubiertas con pajas grisáceas. El pueblo arhuaco siembra café, cebollín, manzana, pica pica y guineo. Cayenas, hortensias y dalias cubren el camino que lleva a la cascada del pozo del Diablo, lugar de ritual y pagamento (Bolaño, 1998).

Es también en la Sierra, donde un arhuaco se sienta a tocar el *kuisi* o gaita indígena y el juglar con su acordeón acompaña la melodía; dos instrumentos de viento, juntos, tocando una melodía que lleva su nombre y el nombre, precisamente, de la película: Los viajes del viento, interpretada por Weimar Rojas, representante vallenato. No es casualidad que el juglar haya sido llevado allí para ser curado por los arhuacos. La tierra donde nace el sol es sinónimo de resurrección, de renacimiento, de volver a la luz, como etapa presente en el modelo del monomito o viaje del héroe, propuesto por el mitógrafo estadounidense Joseph Campbell en 1949.

Finalmente, la travesía termina; pero del viaje, no se conoce ni el principio ni el fin; Punta gallinas, las dunas de Taroa: el fin del mundo. La mirada del viajero se pierde entre la arena, el desierto de Portete es metáfora de su infinitud. Es allí, donde Ignacio se encuentra con la muerte de su maestro y recibe aquel mensaje que coincide con el elixir del conocimiento. En la

punta noreste de Colombia, donde nace Suramérica, en una duna del desierto que termina en playa y se envuelve con el mar (MinCIT, 2013), la gente que lo habita: los wayuu, y quizás suene redundante, pues wayuu significa justamente eso: <<la gente>>, están fuertemente ligados a sus ancestros; sus antiguos muertos, que para ellos son lluvia que fertiliza las sabanas y estepas de La Guajira, la península más septentrional del subcontinente (Rocha, 2008, p.181).

"Cuando aún no existían los hombres

Iwa, la primavera,

se casó con Jepilech,

el viento que viene del Cabo de la Vela.

De esta unión nacerían los guajiros" (Pana, s.f., p. 220).

Capítulo 3. Análisis de resultados

El análisis de esta investigación será presentado en dos categorías. Por una parte, la categoría de turistas y espectadores y por otra, la categoría de expertos. La primera categoría abarca el análisis de la encuesta realizada a turistas y el análisis de las reseñas acerca de *Los viajes del viento* dentro de la plataforma de cine *Letterboxd.* Por su parte, la categoría de expertos incluye el análisis de las entrevistas realizadas a Diana Bustamante y Ramsés Benjumea, productora y escenógrafo de *Los viajes del viento*; a Mauricio Laurens, crítico de cine; y el análisis del *focus group* desarrollado con estudiantes de Maestría en Planificación del turismo.

Previo a estos análisis, se expone un gráfico que esquematiza el concepto de imaginarios, y será fundamental en el desarrollo de estas interpretaciones, basado en “El mundo como voluntad y representación”, del filósofo Arthur Shopenhauer (1819):

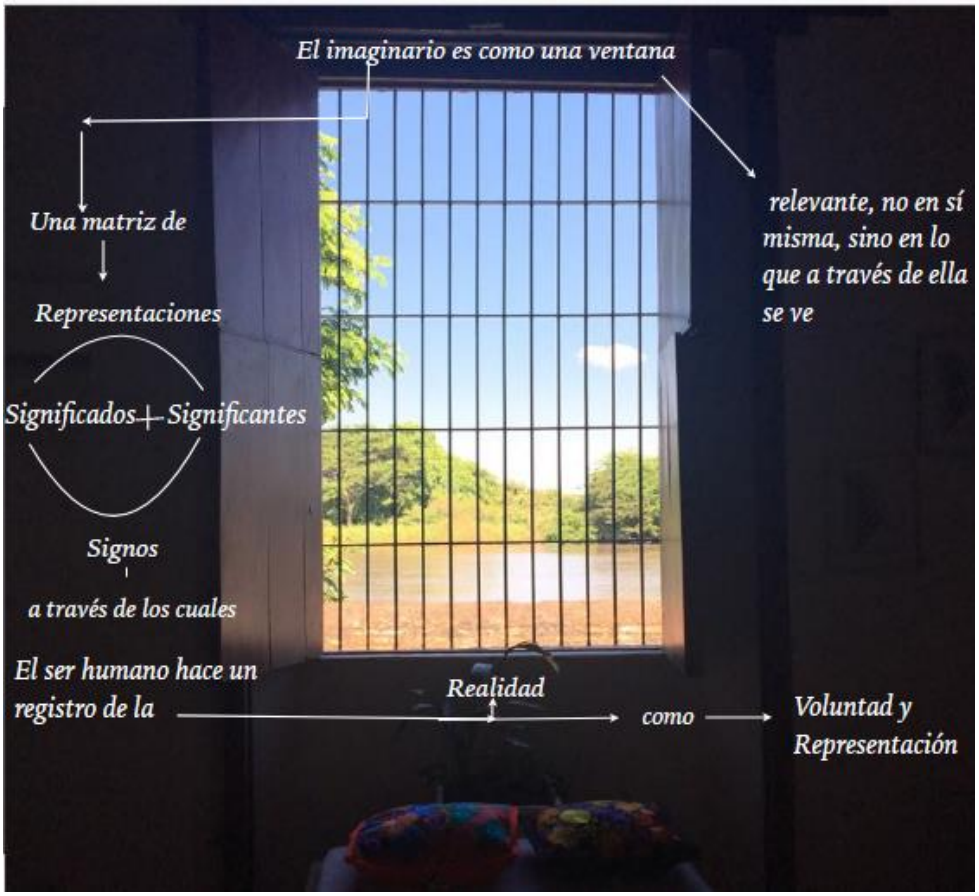

Figura 1. **[Fotografía de María Antoniotti]. (Mompox. 2018).Los imaginarios como matrices de representación según la obra "La realidad como voluntad y representación" de Shopenhauer, A. Fuente: Elaboración propia. 2019**

3.1 Análisis turistas y espectadores

3.1.1 Encuesta

La encuesta (ver anexo 1) fue realizada a 20 turistas, a partir de una muestra no probabilística, debido al carácter del proceso investigativo, en Mompox, Punta Gallinas y Valledupar. El objetivo de esta encuesta se centró en determinar la percepción de los turistas acerca del destino, de la película y la relación de estos dos en la construcción del imaginario turístico.

Las locaciones mencionadas fueron escogidas debido a su representatividad dentro del *film.* Dentro de la película, la escena del mercado de Mompox constituye una especie de puerta hacia ese mundo mágico creado alrededor de la leyenda del acordeón. Apenas Ignacio, Fermín y el burro cruzan el mercado, pareciera que el viaje se volviera una historia de Realismo Mágico, como si los personajes hubieran cruzado la línea que separa la realidad de la fantasía. El desierto, las dunas de Taroa en Punta Gallinas, son la última parada y resulta imponente el paisaje de la zona; el desierto en su extensión se manifiesta como símbolo de lo infinito, de la eterna búsqueda. Valledupar es donde se realiza el primer Festival de la Leyenda Vallenata como plataforma para los juglares, siendo el vallenato y la tradición oral, a través de este, uno de los temas centrales de la película.

En primer lugar, se muestran los datos demográficos asociados al estado civil, género, edad, nacionalidad, actividad económica y nivel académico de los encuestados. Posteriormente, se exponen los resultados referentes a las preguntas que indagan acerca de percepción, imaginario y experiencia.

Respecto al estado civil, el 60% de los turistas encuestados son solteros, seguido de un 25% casados y un 15% en unión libre. En lo referente a la edad, el 58% se encuentra dentro del rango entre los 18 y los 30 años, el 21 % dentro de los 31 y 40 años, y el 21% restante dentro de los 51 y 60 años. Esto refleja que la mayoría de los viajeros son jóvenes, por lo tanto este dato coincide con que la mayoría sean también solteros. En cuanto al género, el 50% son mujeres y el otro 50% hombres. La mayoría son colombianos (75%), seguidos de españoles (10%), franceses (5%), peruanos (5%) y brasileños (5%).

No es fortuito que la mayoría de los encuestados presenten estas características respecto a estado civil y edad, ya que considerando las características del lugar mayormente

visitado (La Guajira, Punta Gallinas), este corresponde a un destino para viajeros con esta característica. Durante la observación en campo se pudo encontrar que la mayoría de los viajeros con quienes se interactuó eran jóvenes y parejas mochileras o grupos de amigos.

El 45% de los encuestados señalan ser estudiantes, mientras que el 55% se dedica a actividades como: docencia, empresas, hogar, turismo, policía judicial, comercio, artes, entre otros. El 50% menciona tener estudios de pregrado, el 20% son bachilleres, el 15% cuenta con estudios técnicos y el otro 15% tienen estudios de posgrado o maestría. Es importante señalar que estos dos aspectos influirán razonablemente en la percepción de los encuestados acerca del film y del destino.

Cada individuo clasifica el objeto de percepción presente a partir de las relaciones con las características de un objeto de percepción pasado. Es decir la percepción presente está determinada por los lazos entre experiencias pasadas. Citando un ejemplo, el punto de interés dentro del *film* para uno de los encuestados, que se desempeñaba como policía judicial, se centraba en lo relacionado al duelo de acordeones, a las disputas, a la discordia.

Haciendo alusión a los resultados relacionados con la percepción, el imaginario y la experiencia turística, se encuentra lo siguiente: Únicamente, el 10% de los turistas difiere totalmente respecto a la coincidencia entre lo imaginado del destino a partir de la película, con lo percibido del mismo durante la experiencia turística. Un 50% de los encuestados piensan que concuerda parcialmente y un 40% afirman que lo imaginado y la experiencia coinciden por completo (Figura 2).

***Figura 2*. Concordancia imagen vs.experiencia. Gráfico obtenido a través de Google Forms.**

En lo referente a la motivación de viaje generada por la película, un 95% afirma que *Los viajes del viento* los motivaría a visitar la Región Caribe Colombiana, mientras que un 5% expresan que la película no les genera ese tipo de motivación (Figura 3). De lo cual se puede inferir que el cine, aplicado al caso colombiano, funcionaría efectivamente como instrumento de promoción turística, actuando persuasivamente sobre el espectador, sin que este perciba el mensaje como explícitamente publicitario.

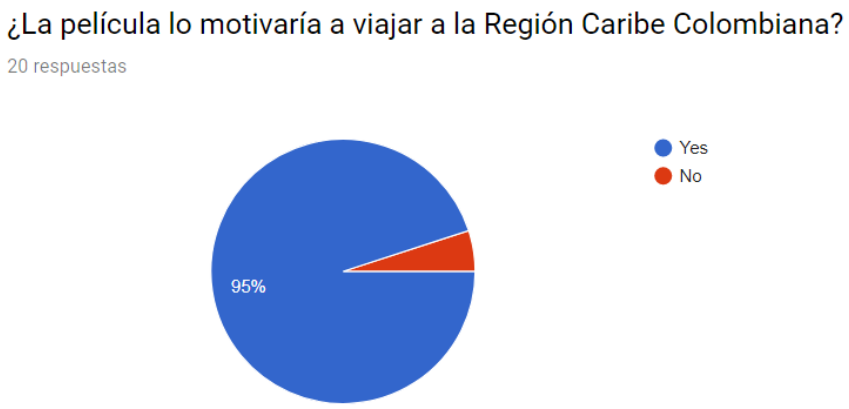

Figura 3. **Motivación de viaje generada por la película. Gráfico obtenido a través de Google Forms.**

En cuanto al estímulo generado por el destino turístico, la mayoría de los turistas (95%) afirman haber experimentado un estímulo intenso y medianamente intenso. (Figura 4). Considerando que la calidad del recuerdo pauta el comportamiento del turista y depende de la intensidad del estímulo generado por el destino, puede decirse que para la mayoría de encuestados, quienes afirman haber experimentado un estímulo medianamente intenso, la calidad de la memoria será también medianamente intensa; y para aquellos que apuntan hacia un estímulo intenso, así también será la calidad de sus recuerdos. Se infiere, entonces, que la parte de la experiencia turística referente al contacto con el territorio, tenderá a difuminarse o a reavivarse proporcionalmente al nivel del estímulo generado.

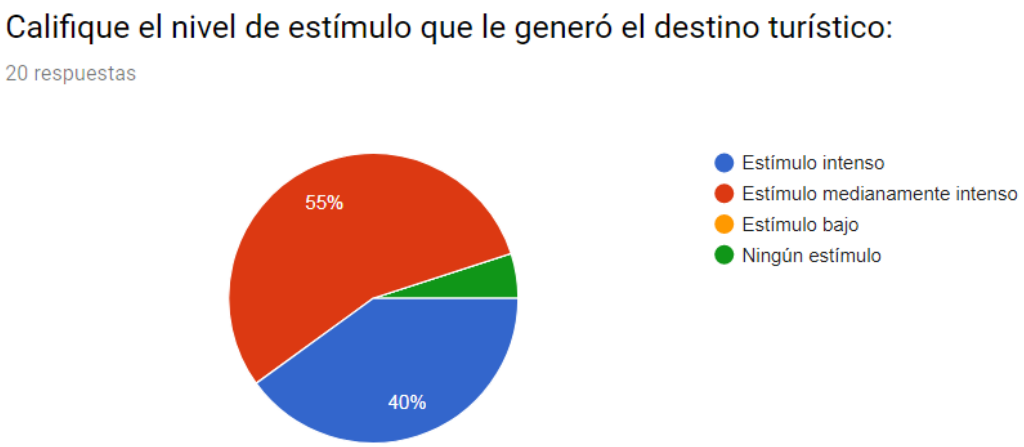

***Figura 4*. Nivel de estímulo generado por el destino turístico. Gráfico obtenido a través de Google Forms.**

En lo relacionado al nivel de correspondencia entre la imagen formada antes del viaje con la imagen formada durante o después del viaje, la mayoría de los turistas (50%) afirman que el nivel de la imagen formada después del viaje es igual a la imagen formada antes del mismo. Mientras que para el 45%, la imagen a posteriori es superior a la imagen a priori; y el 5% restante califican la imagen después del viaje como inferior (Figura 5).

De lo anterior, puede deducirse que dentro de la experiencia turística no existe un elemento que reavive o acentúe la percepción, por lo que la imagen *a priori* y *a posteriori* son equivalentes. Por lo tanto esta imagen influye considerablemente en las recomendaciones que los turistas hagan del destino o en su retorno al mismo.

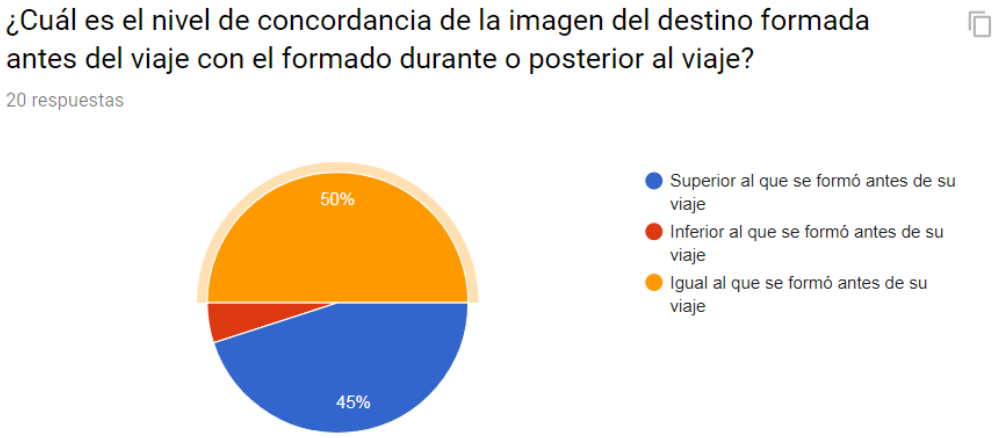

***Figura 5*. Imagen del destino a priori vs imagen a posteriori. Gráfico obtenido a través de Google Forms.**

Respecto a la discordancia entre la información recibida acerca del destino y lo encontrado allí, la mayoría de los turistas (60%) afirman haber encontrado discrepancia entre la información y la experiencia real (Figura 6). Como afirma Hiernaux, la experiencia turística está condicionada por el tipo de fantasía que el turista fabrique *a priori*, por las imágenes turísticas dadas y la información de terceras personas (Hiernaux, 2015, p.73).Es decir por el discurso de otros.

Así, el turista hace una constante actualización de su representación acerca del destino, posicionándolo de una u otra forma en su mente. Por lo tanto, es importante que como menciona MacCannell (2003), la información sea correcta para evitar tergiversación, como ocurre precisamente en este caso. Para que se de la experiencia turística, es necesario vincular la información acerca del destino, a la contemplación del mismo sumada al estímulo que despertó.

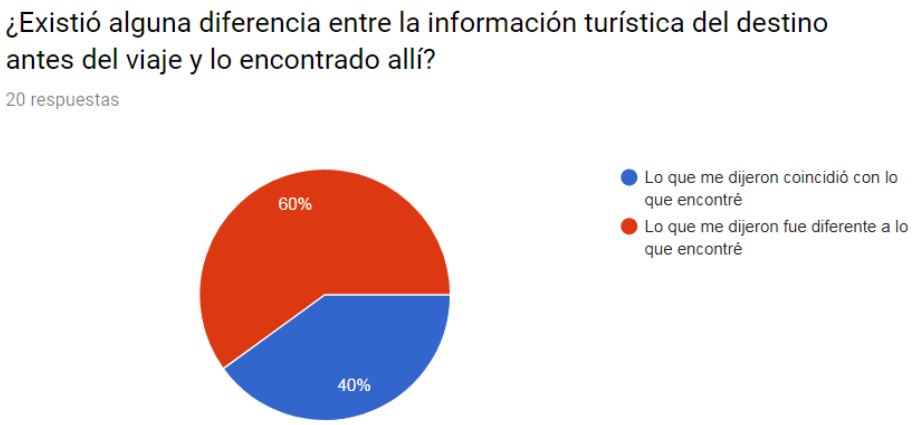

***Figura 6*. Información previa al viaje vs experiencia real. Gráfico obtenido a través de Google Forms.**

En cuanto a la percepción de la película, el 95% afirma haberse emocionado al ver el destino en pantalla e indican que los elementos que mayor emoción les causaron fueron el paisaje, la música, la historia, y las costumbres de los personajes (Figura 7). Respecto a los elementos que mayor emoción causaron a los turistas al estar en contacto con el destino turístico, es importante señalar que la pregunta es de carácter abierto, por lo cual se hace una categorización de las respuestas para poder relacionarlas con los resultados referentes a los elementos más emocionantes dentro del film.

En cuanto al paisaje, este coincide ocupando en ambos casos (en el destino y en el film) el primer lugar (se menciona 11 veces); el elemento cultural relacionado con la historia y las costumbres se menciona 10 veces en ambos casos; pero, respecto al elemento musical hay discrepancia en la frecuencia con que es mencionado (se repite 4 veces en las apreciaciones sobre el destino) es decir, casi una tercera parte de las veces que es nombrado dentro de los elementos más emocionantes dentro del *film*. Es preciso, entonces, centrar la atención en este hecho. Ya que, el elemento musical es uno de los principales incitadores dentro del *film*, pero dentro de la experiencia turística no se ve reflejado.

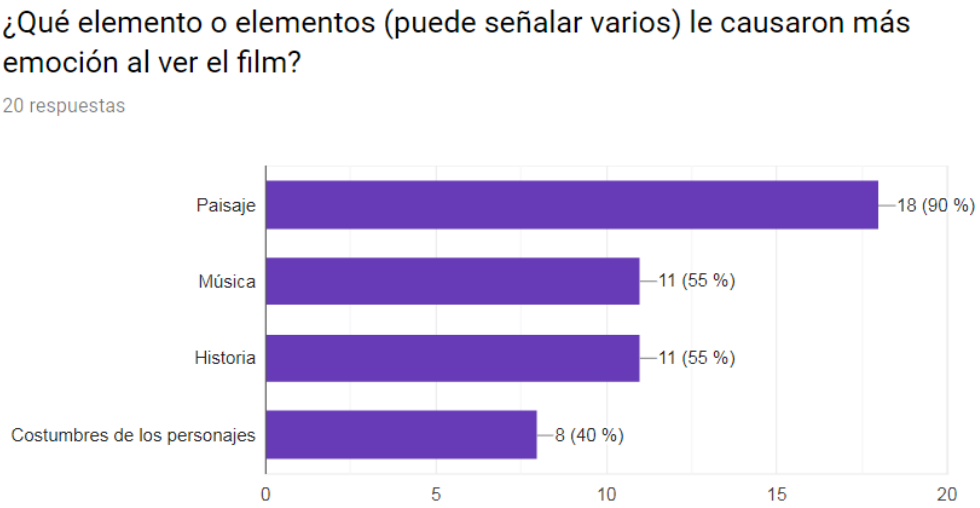

***Figura 7*. Elementos representativos del film. Gráfico obtenido a través de Google Forms.**

Al evaluar el grado de satisfacción respecto a los servicios ofrecidos en el destino turístico, en un rango de 1 a 5, donde 1 es insatisfactorio y 5 satisfactorio, la mayoría de los encuestados (40%) asigna una calificación de 4, un 30% de 5 y otro 30% de 3 (Figura 8). Lo anterior indica que la mayoría de los encuestados percibe un nivel de servicios turísticos medio, lo cual influye considerablemente en la imagen creada acerca del destino. Este factor influye en la actualización que hace el turista en su mente acerca del destino; y por lo tanto, es muy importante que la experiencia turística sea visualizada en sus diferentes fases (el antes, el durante y el después del viaje), ya que estos elementos intervienen en la continua construcción de los imaginarios individuales, que sumados conforman un imaginario colectivo.

***Figura 8*. Satisfacción servicios turísticos. Gráfico obtenido a través de Google Forms.**

3.1.2 Análisis Letterboxd

Con el fin de darle solidez a la investigación en términos de contribuir al análisis de los imaginarios instaurados a partir de la película, se lleva a cabo, también, una revisión de Letterboxd, una plataforma de intercambio de opiniones para los amateurs del cine. Estas opiniones se presentarán en paralelo (Tabla 3) a las opiniones señaladas por los turistas encuestados respecto a los elementos que mayor emoción les causaron al estar en contacto con el destino turístico, en busca de contrastar el imaginario a partir de la película con la experiencia turística *in situ*.

Tabla 3.

Análisis elementos representativos

Percepciones a priori a partir del film	**Percepciones derivadas de la experiencia in situ**
"Esta es la historia de un viaje, un viaje hacia el comienzo, hacia el espíritu, hacia el alma" (usuario:Ferzan, marzo 27 de 2018).	Me emocionó la fuerza que posee el mar en este destino y su sonido, el cual me resulta imponente. A su vez, los atardeceres que se presencian resultan emocionantes por la gama de colores. En el 2018 visité Palomino porque unos amigos decidieron casarse allí, la ceremonia la llevó a cabo un mamo de la Sierra Nevada y eso le dio mucho encanto a la zona. Es de resaltar el conocimiento ancestral que encarna este tipo de figuras, particularmente frente al cuidado y respeto hacia la naturaleza. Lo anterior es algo que como visitante del lugar se agradece.
"Una road movie sin carreteras en preciosas locaciones" (usuario: Johannes, julio 22 de 2012).	
"Imágenes de una Colombia descubierta, de una Colombia sepultada en el tiempo" (usuario: Valenciafilms, julio 27 de 2018).	
"Los paisajes son increíbles, parece fotografía de National Geographic" (usuario: Neil, septiembre 28 de 2018).	Me emocionó la música, la cultura, la gente.
"Hace que el paisaje emocional de los personajes converja con el paisaje representado de la región Caribe colombiana" (usuario:Ferzan, marzo 27 de 2018).	Me emocionó el paisaje, la cultura y las costumbres.
"Identidad, naturaleza, música, regionalismo, espiritualidad" (usuario: _paul, mayo 21 de 2017).	Me emocionó el paisaje y la música.
	Me emocionó el paisaje.
"Una producción rica sensorial y culturalmente" (usuario:Navil, septiembre 24 de 2018).	Me emocionó la música y los paisajes intactos.
"Fue lindo tener una mirada a través de varios paisajes en Colombia, pero la película no va más allá" (usuario: Kes, febrero 2 de 2018).	Me emocionó el ambiente y la cultura.
	Me emocionó el paisaje y la cultura.
"Narrativa determinada por lo visual, más allá de los diálogos: la música, el uso del color, los paisajes" (usuario:MGD 123, marzo 24 de 2018).	Sí me emocionó. Me encontré con una región maravillosa en donde la cultura de los indígenas y de los vallenatos lo contagia a uno y le dan ganas de seguir participando en ella. Principalmente, buscar garantizar una larga vida de esta cultura y que no se pierda como depronto se ve actualmente.
"La estrella de la película es el paisaje" (usuario: Michael, junio 13 de 2010).	Me emocionó el mar, las rancherías y el desierto.
"Un film de acción con acordeones en lugar de espadas"(usuario: Nia, agosto 6 de 2017).	No me emocionó.

"Exaltación visual y auditiva" (usuario: Jaime Bravo, enero 16 de 2016).	No me emocionó.
"Una apasionante carta de amor filmada para la Colombia rural y su atemporal mística musical" (usuario: danielervin, septiembre 5 de 2018).	Me emocionó el desierto y la cultura wayuu. Me emocionó el paisaje.
"Un gran trabajo mostrando cómo la música, los músicos, las presentaciones funcionaban en la Colombia rural de los años 60, cada personaje tiene relación con la música de alguna manera" (usuario:Navil, septiembre 24 de 2018).	Me emocionó porque había escuchado que en Mompox se han filmado varias películas. Me emocionó la arquitectura y la historia.
"Quijotesco" (usuario: nils2m, mayo 21 de 2012).	Me emocionó porque recordé viejas vivencias cuando trabajé en la Alta Guajira. Me emocioné porque es un destino poco visitado y aun así con mucha riqueza cultural y ancestral.
"El vallenato y la cultura de la región caribe juegan un rol importante, así como un aire del realismo mágico inspirado por las obras de Gabriel García Márquez" (usuario: milan dobrovodsky, marzo 25 de 2013).	Me emocionó el paisaje, la vida cotidiana de la gente de esa región. Me emocionó poder verlo con mis propios ojos, cumplir un sueño, y convivir con el lugar.

Nota: En esta tabla se contrastan los elementos que mayor emoción causaron del film *Los viajes del viento* a una serie de usuarios dentro de la plataforma Letterboxd, respecto a los elementos que mayor emoción le causaron al grupo de turistas encuestado durante su experiencia en el destino. Fuente: Elaboración propia.

Se llevó a cabo una categorización de las respuestas, subrayando con diferentes colores los elementos más representativos de cada opinión. Así, los términos relativos a lo visual se subrayaron con color verde; aquellos relativos a lo auditivo, con color naranja; los referentes a lo cultural, con color rojo; y los comentarios relacionados con lo espiritual o en los que se hallan ciertas marcas de intertextualidad y no señalan expresamente algo visual, auditivo o cultural, sino un elemento que inspira varias interpretaciones, con color azul.

La categorización de estas respuestas no significa que estas sean excluyentes, sino que se realiza para facilitar el análisis, ya que lo auditivo puede estar relacionado con lo cultural,

o lo cultural con lo espiritual, o para ser más precisos todas las categorías pueden relacionarse entre sí.

Haciendo una revisión de estos resultados se encuentran varios hallazgos. Por una parte, dentro de los elementos que mayor emoción les causaron a los turistas al estar en contacto con el destino turístico, prima el elemento visual (se repite 11 veces), seguido del cultural (se repite 10 veces), el auditivo (se repite 4 veces), y el espiritual (se repite 3 veces). Dentro de las opiniones instauradas a partir de la película, prima también el elemento visual (se repite 8 veces), seguido esta vez de lo espiritual (7 veces), lo auditivo (se repite 6 veces), y lo cultural (3 veces).

De lo anterior, se puede inferir que contrario a lo afirmado por Edensor, respecto a que "lo visual como central para el turismo es una exageración" (2006, p.23), este estudio demuestra que lo visual continúa relegando otras formas de aprehender la realidad en la experiencia turística. Es cierto que los esfuerzos de la Marca País se enfocan justamente en este objetivo; sin embargo, en el caso en estudio, la mayoría de los encuestados y de las personas involucradas en la investigación resaltan el paisaje, en su dimensión visual, como atributo estimulante.

Así, se propone fortalecer y visibilizar los demás atributos de cada región del país a nivel cultural, musical y gastronómico. Es oportuno mencionar la nueva apuesta de ProColombia y la Organización Mundial del Turismo (OMT) por posicionar al país como referente en la promoción del turismo internacional a través de la música. Julían Guerrero, vicepresidente de ProColombia afirma que "la música permite al viajero conectar su viaje físico con su viaje intelectual, emocional y espiritual a fin de convertirlos en experiencias únicas y memorables" (2019).

Los viajes del viento, justamente, revelan la riqueza y diversidad musical de una Región. Y esto es precisamente uno de los atributos que más resaltan los espectadores. Si sucede así con la experiencia a priori del espectador, ¿por qué no lograr trasladar esa percepción, esa atracción hacia lo musical durante la experiencia turística in situ? Lograr que lo imaginado a partir del film sobre el destino concuerde con lo encontrado allí en términos no solo del paisaje, sino de la música, de la cultura; para así lograr consolidar el imaginario turístico sobre la región, y evitar la desilusión del turista. Sería interesante, por ejemplo, ligar lo musical a lo cultural, relación que existe por naturaleza, pero que necesita exponerse, exhibirse; revelar la mitología vallenata que encierra no solo a la Región Caribe, sino al país entero, en torno a un personaje como Francisco el Hombre.

Esta apuesta de ProColombia y la OMT podría ser bastante sugestiva, en la medida en que se convierta en un eje de la Marca País y se mantenga en el tiempo, integrada también a lo gastronómico y lo cultural. La Marca País de Colombia nunca ha estado estrictamente ligada a lo gastronómico, sino que ha ido adecuándose y diversificándose con el paso del tiempo. Es entonces importante, que La Marca País se consolide a través de atributos concretos como paisaje, cultura, música y gastronomía y no que se vea como una cuestión coyuntural. Los esfuerzos deben dirigirse conjuntamente a fortalecer y posicionar al país a través de la visibilización integral de estos atributos en cada una de las Regiones Colombianas, en pro de contribuir a la construcción de imaginarios en torno a lo identitario.

3.2 Análisis expertos

3.2.1 Entrevistas

El objetivo de estas entrevistas consiste en entender la influencia de la película en el imaginario turístico de la Región Caribe y la relación entre cine y turismo desde la perspectiva de

personajes directamente involucrados en el desarrollo del *film* y en el ámbito cinematográfico. Mientras que Diana Bustamante y Ramsés Benjumea (ver anexo 2) abordan el tema desde una perspectiva muy específica, como creadores y productores; Mauricio Laurens lo hace desde una visión más general, como espectador crítico (ver anexo 3). El imaginario de cada uno de estos personajes está completamente ligado a su labor diaria, al ámbito en que se desempeñan, a las asociaciones con los recuerdos de su experiencia.

Mauricio Laurens afirma que la influencia del cine sobre los imaginarios es definitiva. Laurens define el cine como: "además de sistema masivo de comunicación, creador de imaginarios" (comunicación personal, 9 de abril de 2019). En el caso colombiano, resalta Villa de Leyva y Cartagena como locaciones cinematográficas, arquitectónicas representativas. Aterrizado a la cuestión de *Los viajes del viento,* Laurens menciona que:

> Este país tiene una diversidad de regiones con características geográficas y humanas muy particulares. En el caso de, *Los viajes del viento,* pienso que además de las leyendas que hay alrededor de los juglares, que es además el tema mágico realista acerca de la leyenda del acordeón del diablo, finalmente es una película de viajes; pues no son viajes de carretera, porque utilizan el río, o el campo abierto y no es en un automóvil, ni es en tren, sino que es a lomo de mula, de burro (…) yo creo que una de las características de Ciro Guerra es que tiene que ver con los espacios abiertos, que tiene que ver con los ríos caudalosos, con la selva. (comunicación personal, 9 de abril de 2019).

Es interesante subrayar el reconocimiento de los lugares en pantalla que hace Mauricio Laurens y sus respectivas asociaciones: Para Laurens, el *film* no se trata únicamente de "seguir el itinerario rivereño, desértico, montañoso"; sino el encanto de reconocer lugares esenciales,

dentro de los cuales señala los siguientes: El Morro en la Ciénaga Grande de Santa Marta, en medio de los palafitos; Codazzi, la región de la palma africana; Valledupar con la Plaza Alfonso López donde se celebra el "Festival de La Leyenda Vallenata" y "Ay ombe"; y algo realmente especial que es la Serranía de Perijá, la cual remite a los orígenes de Ciro Guerra, a Río de Oro, Cesar, donde él nació y donde para llagar hay que atravesar la cordillera (comunicación personal, 9 de abril de 2019).

Por su parte, el acercamiento que tienen con el *film* y el destino, en el caso de Bustamante y Benjumea, se da a través de una óptica diferente. Perciben y entienden la región y la película no como turistas ni espectadores, sino como viajeros y creadores; como una productora y como un escenógrafo en busca de crear una representación para contar una historia, de transformar o adecuar unas locaciones, de relacionarse y de convivir con las personas, con las comunidades que las habitan. *Los viajes del viento* surgen, justamente, del imaginario de Ciro Guerra, su director, y que producto de compartir ese imaginario con un equipo desarrolló una película. El film se origina del imaginario a partir de la mitología vallenata, de lo que él conocía (D. Bustamante, comunicación personal, 5 de octubre de 2017).

Para Diana Bustamante, *Los viajes del viento* era una película muy particular en ese momento, en el que "se venía de una época en que se había dejado de producir, se estaba empezando a producir nuevamente, y fue como ese resurgir, ese nuevo boom del cine colombiano" (comunicación personal, 5 de octubre de 2017). Era una película muy disruptiva en el sentido en que exponía una riqueza cultural y una extensión geográfica que hasta ese momento el cine colombiano no había visto, que "le mostraba a la gente un país que desconocía"; y este desconocimiento resultaba de las trazas dejadas por la violencia, "y es que la guerra hizo una

vaina muy fuerte en Colombia y es que la gente no conoce su país" (D. Bustamante, comunicación personal, 5 de octubre de 2017).

Esa riqueza cultural implicaba "lidiar con un *gap* cultural muy fuerte; nosotros somos blancos, vivimos acá, y allá no solamente era lidiar con los caribeños que ya son una raza aparte, sino con un wayúu que es muy diferente a los de la Sierra" (D. Bustamante, comunicación personal, 5 de octubre de 2017). En esta apreciación, acerca de la diversidad cultural, coincide Mauricio Laurens al hacer énfasis en la diferencia entre la gente Costeña que vive en pueblos cerca al mar; la cultura Sinuana; la cultura Vallenata; la cultura Guajira; la cultura de la costa interior de las grandes ciudades como: Cartagena, Barranquilla, Santa Marta o Riohacha. Esta última fuera del alcance de la película, pues *Los viajes del viento* representan una Costa Atlántica rural (comunicación personal, 9 de abril de 2019). Se trata, entonces, de una diversidad de lugares que a la vez se cohesionan como región y se matizan entre sí.

Como cuenta Benjumea, se trataba de "irse encontrando una definición de país ahora, para contar otro país que no era en la misma época" (R. Benjumea, comunicación personal, 5 de octubre de 2017). Un país que tal vez no era pero que estaba en vía de ser, porque la realidad actual del país se ha ido construyendo y desconstruyendo con los años: "era muy chistoso porque había lugares que era como…si uno hace una película de época tiene que retroceder en el tiempo, acá nos tocaba modernizarnos…" (R. Benjumea, comunicación personal, 5 de octubre de 2017).

La violencia ha teñido con su sangre los paisajes, las identidades; y esos paisajes como palimpsestos conservan aún las huellas del pasado. *Los viajes del viento*, podría decirse que estaban dentro del cine, como menciona Mauricio Laurens, que no se dedica exclusivamente a entretener, sino a dar una lección sobre diferentes aspectos sociales, culturales, políticos e históricos (comunicación personal, 9 de abril de 2019).

Para Bustamante y Benjumea, la realización de esta película implicó un tema de "turismo extremo" (comunicación personal, 5 de octubre de 2017). Como los dos señalan, se enfrentaron a no tener agua, a dormir unos sobre otros; a encontrarse con lugares donde la violencia estaba latente debido a las masacres ocurridas allí, como se trata de El Morro en Ciénaga, o Bahía Portete en Punta Gallinas.

Parece irónico que en lugares tan bellos, hayan ocurrido sucesos tan aterradores, pero la magia de un espacio se crea a partir de las vivencias, buenas o malas, que ocurran en él. Se trata de construir imaginarios reales, donde confluyan las fantasías y los anhelos pero no las utopías; un imaginario responsable, que tenga en cuenta la historia, las condiciones, el alma verdadera de los sitios. Como afirma Laurens acerca de Ciro Guerra y su narrativa: "yo creo que él es un explorador de diferentes paisajes, más que geopolíticos, humanos de Colombia" (comunicación personal, 9 de abril de 2019). Y es precisamente, a través de esa narrativa centrada en lo humano, que Guerra le añade temporalidad a una representación de un país que necesita "autoconocerse" para poder imaginarse.

Benjumea define su experiencia como "un *reality* viajero", donde se asombraban con la cartografía, pero también con "el vivir desde la humanidad y no desde la suposición, y no desde una apariencia, sino obviamente con todo lo que implica vivir y convivir con los demás y con los distintos entornos en los que uno se empieza a encontrar" (comunicación personal, 5 de octubre de 2017). Así, se reafirma y se entiende más a fondo el carácter subjetivo de la experiencia y de los imaginarios. Imaginarios individuales pero que afectan los imaginarios del "otro", al ser compartidos; al ser expuestos, ya sea en una entrevista, en un libro, en una película, en una conversación. Es decir, a través del discurso social.

3.2.2 Focus group

El objetivo de este grupo focal (ver anexo 4) consistió en analizar la influencia de *Los viajes del viento* en el imaginario turístico de la Región Caribe Colombiana. Relacionando y contrastando el imaginario de los diferentes participantes y así, determinando un posible *film induced tourism* a partir de la película, partiendo de la perspectiva de sujetos completamente involucrados en el ámbito del turismo.

Se comenzó con una introducción acerca de cine e imaginarios, con una breve presentación para justificar y esquematizar conceptos. Se presentó el tráiler *de Los viajes del viento* y luego la discusión se basó en una guía de tópicos semiestructurada, partiendo de la siguiente pregunta: ¿Cómo influye el cine en el imaginario turístico de un lugar? Para finalizar, se practicó un cuestionario (ver anexo 5), cuyo análisis se presenta intercalado dentro del análisis general del *focus group* expuesto a continuación.

El perfil de los participantes (10 personas), se caracterizó por ser hombres (5) y mujeres (5) entre los 18 y 40 años de edad; nueve de ellos colombianos y uno ecuatoriano; algunos involucrados en el sector público, en el tema de conferencias, de fauna y de auditoría nocturna. Todos ellos estudiantes de Maestría en Planificación del turismo de la Universidad Externado.

Inicialmente los participantes dieron su opinión acerca de la influencia del cine en los imaginarios turísticos. En términos generales, los participantes coinciden definitivamente sobre esta influencia. Hacen referencia a películas como: “300”; “Vicky Cristina Barcelona”; “La Playa”; “Harry Potter”; “El abrazo de la serpiente”; “Todopoderoso”; y “Una noche en el museo”, la cual sí generó un tema de *film induced tourism* directamente para uno de los participantes, quien cuenta su experiencia. Mencionan el carácter cambiante de los imaginarios

y hacen diferentes comentarios acerca de los imaginarios turísticos, algunos de los cuales se resaltan a continuación:

Participante 4:

> Imaginar a través de las películas, de las imágenes que llegan, de muchísimas películas. Yo pienso que ese ha sido el éxito de Hollywood, de Estados Unidos, de mostrar esos atractivos turísticos dentro de sus películas. Si tú ves los inicios de las películas, son panorámicas generales de las playas, de los sitios y luego comienza la película. Entonces, es una estrategia alineada pienso de mostrar las cosas bonitas que tiene cada destino y eso ha permitido despertar el interés de esos sitios, de esa industria del cine que es una aliada del tema turístico, y a nivel internacional también. (comunicación personal, 24 de abril de 2019).

Participante 2:

> Incluso con el tema de los imaginarios, también se ve que no es únicamente el destino o el territorio, o visitar un atractivo en particular, sino muchas veces tiene que ver también con la música; digamos que a veces uno ve la película y ve un paisaje y entonces te ponen una canción asociada como a ese territorio, entonces a partir de estos otros complementos, o a veces la gastronomía, te vas haciendo como un imaginario un poco más amplio respecto a ese territorio. Yo creo que la construcción de un imaginario se basa en lo que uno visualiza a través de imágenes, fotografías, videos y demás, pero también con base en lo que uno ha vivido, en otras experiencias. Es un híbrido ahí entre lo que uno ha recorrido y ha conocido y uno dice bueno más o menos puede llegar a ser…Uno normalmente asocia, tiene a veces esa intención, ese mal quizá, de estar comparando, entonces

> uno a veces comienza a asociarlo "no pues se me parece a esta playa, no sé a las playas de Santa Marta o a las playas del Caribe" y a partir de ahí entonces comienzas tú como a construir, ya cuando vas corroboras. Muchas veces a mí me ha sucedido que superan las expectativas de lo que ya estoy viviendo ahí a lo que ya tenía yo en un principio, y en otras ocasiones se queda corto. Yo creo que esa concepción de los imaginarios es más personal, más de cada uno y depende de nuestras vivencias también. (comunicación personal, 24 de abril de 2019).

Considerando la opinión del participante 4, precisamente el éxito de esa estrategia se basa en que es algo implícito. Es algo completamente diferente a lo que pasa con el documental "Colombia Magia Salvaje", que es un documental muy lindo, sobre la fauna y la flora y la variedad del paisaje, en el que la intención turística es completamente explícita. Lo cual corresponde con lo propuesto por Stanishevski, quien afirma que "la publicidad percibida como tal es mucho menos persuasiva y a menudo rechazada en la dimensión consciente del sujeto. Un mensaje persuasivo no percibido como tal, pero reconocido y decodificado por el receptor tiene unos efectos mucho más potentes" (Stanishevski, 2007, p.258).

El participante 5 hace un análisis completo e interesante acerca de los imaginarios. No se limita al tema visual de los paisajes, sino que aborda de manera más profunda el tema de la música, la gastronomía, y especialmente de las vivencias. Se refiere a la asociación que hacen los seres humanos de acuerdo a lo que ya conocen, en consonancia con lo que son. Trata de explicar esa complejidad derivada de los imaginarios en cuanto a su subjetividad, fruto de la percepción a nivel personal: de la asociación de elementos del presente con elementos del pasado, como lo define el neurocientífico Joaquim Fuster (2011).

Respecto al contexto colombiano, es preciso pensar acerca del imaginario turístico *a prior,* de un turista extranjero, que a nivel internacional ve al país como un todo. Puede decirse que de una forma limitada; como la imagen de muchos países que se reduce a un ícono, a un personaje, a un elemento o a una idea. Pero cuando se genera un contacto real con determinado lugar, a través del conocimiento de sus características culturales, geográficas, históricas y sociales; se configura un imaginario turístico auténtico y bien infundido. & este acercamiento no es necesariamente material, sino que puede darse en la fase *a priori* de la experiencia turística y ser parte del imaginario derivado, por ejemplo, de una película o un libro.

Los participantes, continuamente, hacen referencia al tema de la imagen de Colombia, producida por el cine, basada en la violencia y el narcotráfico. En este aspecto se refleja una tendencia hacia el comentario estereotipado, a repetir lo que dicen los demás. La expresión "narco" es mencionada más del doble de veces de lo que es mencionado el término "cultura". Se genera, entonces, una especie de autoestigmatización. No se trata de crear un imaginario idealizado de los lugares, ni tampoco de espectaculizar la violencia, pero sí de formar un imaginario que se acerque, también, a la realidad social del país; un imaginario franco y genuino.

En cuanto a la experiencia, estas fueron compartidas por aquellos participantes que conocían algunos de los lugares representados en el film, aunque no en todos los casos las locaciones específicas, como se trata de la Ciénaga Grande de Santa Marta (3 de los participantes estuvieron allí, pero no específicamente en el pueblo de Nueva Venecia, donde es filmada la escena del duelo a machete en el puente). Dos de los diez participantes conocían Nabusímake; tres habían estado en La Guajira y seis, en Valledupar. A continuación, algunos de los comentarios de los participantes:

Participante 1:

> Una vez, estuve buscando un palabrero por la Guajira, entonces terminé llegando con un líder, muy cerca del Santuario de flora y fauna de Los Flamingos y pues allá estuve unos días con él y todo eso y entonces, cuando ví la película que fue después y el sombrerito pues que es un sombrerito wayuu, desde mi percepción la veía como totalmente ficción, nunca llegué a tener ningún tipo de imaginario porque la entendía totalmente como ficción. (comunicación personal, 24 de abril de 2019).

Participante 6:

> Los paisajes no son 100% fieles, o sea el tema del desierto así, el desierto de la Guajira es muy diferente, encuentras vegetación, bastantes cactus, de pronto hay una parte muy pequeña en la que es 100%, pero no es así como el Sahara, que eso se ve que no se ve nada. (comunicación personal, 24 de abril de 2019).

En el caso del participante 1, se trata de alguien que separa estrictamente la fantasía de las expectativas ligadas a lo legítimamente real. Esta percepción pudo haber sido generada, también, debido a que el participante conoció el destino antes de ver la película. Su imaginario *a priori* de visitar La Guajira fue construido a través de elementos, diferentes al *film*, pero que lo incitaron a ir en busca de un palabrero, dentro de los Wayuu, figura encargada de la ley, la justicia y el diálogo. *Los viajes del viento* influyen en el imaginario, acerca de la región, *a posteriori* del sujeto; para él la narrativa del film está lejos de la realidad y hace parte, más bien, de una fantasía entorno a la misma.

Es muy diferente, por ejemplo, lo que sucede con un espectador que ve la película, no conoce aún la región, y a partir del *film* crea un "imaginario exotizado" de los lugares, que va

en busca de sitios o personajes idealizados o que ya no existen. Como es el caso, mencionado por uno de los participantes, de aquel turista que va en busca de Karamakate, último chamán amazónico, derivado de sus expectativas a partir de la película *El abrazo de la serpiente* (comunicación personal, 24 de abril de 2019).

Respecto al comentario del participante 6, este demuestra la manera en que frecuentemente se magnifican las expectativas. Es preciso entender que el cine crea representaciones de la realidad, no muestras de la misma y que, de todas formas, la subjetividad de la percepción siempre primará. Así, en lo relacionado con la coincidencia entre la imagen del destino proyectada en pantalla y la imagen percibida al conocer el lugar, los participantes dan las siguientes respuestas: "Como zona macro se reconocen paisajes de la Guajira"; "Sí, son iguales" (refiriéndose a Valledupar, Nabusímake, Ciénaga y La Guajira); "Coincide" (refiriéndose a Valledupar, La Guajira y Ciénaga); "Sí, aunque se entienden son locaciones puntuales y las expectativas pueden elevarse demasiado" (refiriéndose a Valledupar y Ciénaga); "Sí, el ambiente musical de Valledupar"; "Sí coincide" (refiriéndose a Valledupar).

Analizando lo anterior, puede decirse que hay un consenso respecto a cierto nivel de coincidencia entre las dos imágenes. Aun así, se afirma que tratándose de locaciones específicas las "expectativas pueden elevarse". Por otra parte, 8 de los 10 participantes afirman reconocer varios lugares y aspectos en el film. Entre estos están los siguientes: Punta Gallinas, Valledupar, Sierra Nevada de Santa Marta y Mompox. Otros se refieren al reconocimiento en general de la región pero no de locaciones específicas.

Mientras que uno de los participantes reconoce Punta Gallinas como un "lugar tranquilo, desolado e inspirador"; otros, se remiten al "desierto, la música, la falta de agua y falta de presencia del estado", "paisajes muy bellos pero mucha pobreza e inseguridad, falta de

saneamiento básico". Valledupar es identificado como "cuna del vallenato, ahora declarado como patrimonio"; y como "lugar pintoresco, lleno de cultura viva, música y paisajes", junto con la Sierra Nevada de Santa Marta.

De los 10 participantes, 9 de ellos afirman que la película sí los motivaría a viajar a alguno de los lugares representados; solo uno de ellos respondió con la opción: tal vez. Es decir, la película no influye completamente en esa decisión de viaje. Esto puede deberse a que a esta persona, la película no le transmite ningún elemento que la emocione o motive completamente.

En la parte final del grupo focal, y a modo de conclusión, se abordó el tema de los imaginarios como herramientas de análisis dentro de la planificación turística. Uno de los participantes expresó:

Participante 9:

> A mí lo que me parece interesante de los imaginarios es lo que mencionaba Silva que tiene un efecto social y que como mencionaba Marbel: con planeación, los imaginarios pueden ser un instrumento para la planeación turística en el sentido en que los imaginarios están vivos, porque siempre cambian, entonces tú puedes posicionar un destino a través de imaginarios y así mismo mercadear y hacer diferentes cosas a través de estos para vender lo que quieres y cómo quieres que te vean. (comunicación personal, 24 de abril de 2019).

La relación entre cine y turismo, dentro de Colombia, aún no es muy explícita. Está la motivación, el deseo natural que las personas depositan en diferentes locaciones, proyectadas en pantalla, para muchos inexploradas; pero, respecto al turismo "las opciones son muy reducidas, con costos inmensos" (Laurens, comunicación personal, 9 de abril de 2019). Además que, en términos de turismo cinematográfico, enfocado en dar a conocer específicamente las locaciones

representadas en pantalla y no un espectro general de los lugares, no existen productos turísticos asociados.

Es decir, aún no hay productos consolidados como los creados dentro del turismo literario entorno a la obra de Gabriel García Márquez, de Jorge Isaacs, de José Eustacio Rivera. Sería entonces interesante trasladar estas ideas al campo del turismo cinematográfico, por supuesto dentro del marco de la planificación y la gestión consciente de los territorios. De ahí, en el marco de la planificación turística de los destinos, la importancia de considerar el tema de Valoración turística en términos no solo internos sino también externos, a través del análisis de imaginarios, narrativas y relatos.

Conclusiones

No hay, tal vez, un fragmento que defina mejor el significado de “viajar” y el sentido de los imaginarios en el viaje, latente este último en el párrafo a continuación, aunque no mencionado. Es el siguiente, un fragmento de la obra “L’infinito viaggiare”, del escritor italiano Claudio Magris:

> Viajar es una experiencia musiliana, confiada al sentido de las posibilidades más que al principio de realidad. Se descubren, como en unas excavaciones arqueológicas, otros estratos de lo real, las posibilidades concretas que no se han realizado materialmente pero existían y sobreviven en fragmentos olvidados por la carrera del tiempo, en brechas todavía abiertas, en estados fluctuantes aún. Viajar significa echar cuentas con la realidad pero también con sus alternativas, con sus vacíos; con la Historia y con otra historia u otras historias impedidas y destituidas por ella, pero no borradas del todo. (Magris, C., 2005, p.5).

Los imaginarios están en constante construcción y transformación y es a través de ellos que el ser humano, continuamente, le otorga sentido a su realidad. El cine y el turismo son, justamente, dos de los grandes fenómenos instauradores de signos en el imaginario social. Los dos forman cartografías hechas para ser leídas e interpretadas. *Los viajes del viento* influyen en el imaginario turístico de la Región Caribe Colombiana, revelando las múltiples raíces culturales colombianas a través de la música; representadas en los ritmos, principalmente el son palenquero, el porro, la cumbia y el vallenato; y en los instrumentos: el acordeón de origen europeo, la caja o tambor de origen africano, la guacharaca y la gaita de origen indígena. Ciro

Guerra cuenta una historia a través de la música; dibuja la Región Caribe a punta de ritmos, colores y paisajes.

Según lo encontrado, aunque existen imaginarios individuales acerca de la Región Caribe basados especialmente en el paisaje y la música, aún no existe un imaginario turístico consolidado que se fundamente en determinados elementos, ideas o personajes que hagan parte de la simbología de la Región. Las personas involucradas en el estudio, en general, a excepción de los expertos y de aquellos involucrados directamente en el ámbito cinematográfico, dan ideas muy vagas en torno a los elementos constitutivos de sus imaginarios. Hace falta enfocar la percepción hacia elementos más concretos en el caso de los turistas y espectadores. Es decir, se habla del paisaje, de la música, pero en términos generales; no se hace un reconocimiento de los elementos y lugares emblemáticos que constituyen los diversos paisajes, ni se hace alusión a eventos culturales ligados al territorio; y la música se reduce al vallenato, sabiendo que una de las intenciones del *film* es contar la historia a través de la variedad cultural y musical de la Costa Atlántica.

Lo anterior, se debe en parte a que los colombianos hasta hace no mucho tiempo están empezando a conocer su país y hasta ahora se están apropiando nuevamente de sus raíces, de su identidad. En cuanto a los turistas extranjeros, esta percepción, puede decirse limitada, se debe a que la experiencia turística no está aportando por completo un acercamiento real a la esencia de los destinos. Existe todavía un imaginario generalizado de Colombia como país, lo cual no está mal, pero sería interesante y de mayor provecho para el turismo el surgimiento de imaginarios diferenciados regionalmente; imaginarios configurados a través de elementos muy propios y representativos de cada Región. Es decir, lograr identificar la variedad cultural entre regiones y dentro de las mismas.

El imaginario originado a partir de la película, *Los viajes del viento*, se manifiesta en espectadores que han quedado maravillados con los paisajes, la música, el color y el Realismo Mágico que envuelve el *film.* Es preciso mencionar algunos comentarios acerca de la percepción de

la película, por algunos espectadores en la plataforma *Letterboxd*: “Hace que el paisaje emocional de los personajes converja con el paisaje representado de la región Caribe colombiana” (usuario:Ferzan, marzo 27 de 2018); “Imágenes de una Colombia descubierta, de una Colombia sepultada en el tiempo” (usuario: Valenciafilms, julio 27 de 2018).

Las anteriores apreciaciones revelan el impacto de la película en la percepción de los espectadores, la fuerte investigación antropológica y cultural detrás del *film* para lograr vertebrar el eje emocional de los espectadores de esa forma. En el marco de la experiencia turística, las apreciaciones por parte de los turistas son quizás más planas. Esto, debido a varios factores como: la magnificación de la percepción originada por las representaciones en pantalla y la falta de contacto real y autóctono con la realidad de los destinos.

Actualmente, se habla de una transición en el turismo: del Síndrome de Stendhal al Síndrome de Hermann Hesse. El primero, referido al “shock causado por la visión de una obra de arte”; el segundo, alusivo al “turismo auténtico, a la experiencia, a entender el modus vivendi del lugar” (Becheri, 1995). Pero según lo obtenido, la mayoría de participantes en esta investigación arroja resultados que demuestran que su percepción está dominada por la experiencia estética, atrapada en la contemplación; una contemplación relegada a la mirada, es decir, permanecen dentro del Síndrome de Stendhal. El paisaje en su atributo visual es el protagonista tanto en el *film* como en la experiencia turística *in situ*. Tal vez en el *film*, esta dominación sea justificada, en el sentido en que a través de imágenes el cine representa. Pero, en términos de la experiencia turística, aunque no es el caso por supuesto de todos los involucrados en la investigación, lo visual en el paisaje debería ser un atributo complementario. El turismo está en un punto en el que debe ser auténtico, apreciar las realidades, el modo de ser y de vivir de la gente del lugar visitado, reconociendo sus elementos de identidad.

Esta investigación, aparte de constatar la influencia de *Los viajes del viento* en el imaginario turístico de la Región Caribe Colombiana, subraya y hace visible la importancia y necesidad de incluir a los imaginarios como instrumentos de análisis dentro de la Planificación turística de los territorios. Además, se propone la creación de productos dentro del campo del turismo cinematográfico, aprovechando el auge del cine colombiano y de la representación que a través de este se hace de la realidad social, política, cultural, geográfica e histórica de las regiones, y por lo tanto del país, en busca de tejer imaginarios en los que confluya la fantasía pero no las utopías, un imaginario que considere la realidad vivida de los territorios. De esta manera, el turista logrará ser más consciente y por lo tanto, partícipe en la construcción de valor en los destinos. Surge así una influencia mutua entre imaginarios y experiencia. Existe un imaginario *a priori* de la experiencia turística, que con esta y después de esta se actualiza. Una ventana en la mente de cada ser que cambia de forma según la casa en la que se instale, y que a veces se abre para compartir su vista.

Referencias

Aguilera, M. (2016). Serranía del Perijá: Geografía, capital humano, economía y medio ambiente. Recuperado de http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/dtser_249.pdf

Alcaldía de Majagual. (s.f.). Nuestro municipio. Recuperado de http://www.majagual-sucre.gov.co/informacion_general.shtml

Andreu, C. & Martín, M. (2011). La intertextualidad como nueva herramienta neuroestética de análisis cinematográfico. *Actas IV Congreso internacional sobre análisis fílmico: Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea.* Recuperado de http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/31038/AndreuMart%C3%ADn_ActasIVCongreso.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Aventure Colombia (Productor). (2016). Mompox, Rio Magdalena Sur Bolivar, Costa Caribe Colombia - Como viajar, que visitar ? [YouTube]. Colombia.

Barrado, D. (2004). Estudios Turísticos. El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial, (160). [45-68]. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2140762

Barthes, R. (1990). *La cámara lúcida.* España, Barcelona: Paidós Ibérica S.A.

Becerril celebra el festival de la paletilla. (Enero 31 de 2014). *El Pilón*. Recuperado de http://elpilon.com.co/becerril-celebra-el-festival-de-la-paletilla/

Beeton, S. (2005). Perspectives on Film-induced Tourism. En Aspects of Tourism: Film-Induced Tourism (p. 20-39), Gran Bretaña: Wordworks Ltd. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=3z

Bercheri, E. (s.f.). La “sindrome” di Hesse: vivere un turismo autentico. Recuperado de http://www.euromedi.org/home/azioni/pubblicazioni/documenti/viaggio/16.PDF

Bolaño, P. (Enero 11 de 1998). Nabusímake, un paraíso terrenal. *El Tiempo.* Recuperado de http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-796606

Bustamante, D. (productor) y Guerra, C. (director). (2009). *Los viajes del viento* [cinta cinematográfica]. Colombia: Ciudad Lunar.

Campbell, J. (1949). *El héroe de las mil caras*. Recuperado de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/25143_91318.pdf

Congreso de Colombia. Agosto 7 de 1997. Art 40 [Título III] *Ley 397 de 1997 Por la cual se desarrollan los artículos 70, 71 y 72 y demás artículos concordantes de la constitución política y se dictan normas sobre patrimonio cultural, fomentos y estímulos a la cultura, se crea el Ministerio de Cultura y se trasladan algunas dependencias* [Ley 397 de 1997]. Recuperado de *http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/colombia/colombia_ley_397_07_08_1997_spa_orof.pdf*

Congreso de Colombia. Julio 2 de 2003. Art 10 [Capítulo II] *Ley de cine 814 de 2003 Por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia.* [Ley de cine 814 de 2003]. Recuperado de *http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=8796*

Congreso de Colombia. Marzo 12 de 2008. *Ley 1185 de 2008 Por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997-Ley General de Cultura- y se dictan otras disposiciones.* Marzo 12 de 2008 [Ley 1185 de 2008]. Recuperado de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=29324

Congreso de Colombia. Julio 10 de 2012. Art 1 y 3 [Título I] Ley 1558 de 2012 Por la cual se modifica la ley 300 de 1996-Ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones [Ley 1558 de 2012]. Recuperado de *http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley155810072012.pdf*

Del Rey-Reguillo, A. & Stanishevski, K. (2007). *Cine, imaginario y turismo*. Valencia: Tirant lo Blanch.

Eco, U. (1992). *Los límites de la interpretación.* Recuperado de https://books.google.com.co/boV0Zb

Edensor, T. (2006). Sensing Tourist Spaces. En Minca, C. & Oakes, T., Travels in Paradox (23-45), Estados Unidos: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.

EFE. (Enero 25 de 2019). Colombia le apuesta a la música para promover el turismo. *El Espectador*. Recuperado de https://www.elespectador.com/economia/colombia-le-apuesta-la-musica

El sector audiovisual exige un Plan Estratégico sobre Turismo Cinematográfico. *Agencia EFE*. (9 de Junio de 2016). Recuperado de http://www.efe.com/efe/espana/cultura/el-sector-audiovisual-exige-un-plan-estrategico-sobre-turismo-cinematografico/10005-2950907

En Inírida están orgullosos de la 'Serpiente' que no han podido ver (2016). *El Tiempo*. Recuperado de http://www.eltiempo.com/multimedia/especiales/donde-se-grabo-el-abrazo-de-la-serpiente-/16521844?stopa

Flórez, P. (diciembre, 2011). Falleció Pablito Flórez, "Juglar del porro". *Arcadia.* Recuperado de https://www.revistaarcadia.com/noticias/articulo/fallecio-pablito-florez

Friedemann, N. S de. (1990). Lumbalu: Ritos de las muerte en Palenque de San Basilio, Colombia. *Filoogía y Lingüística, (2),* 51-63. doi: 10.15517

García, G. (1968). *Cien años de soledad*. Recuperado de http://bdigital.bnjm.cu/docs/libros/P

García, R. (2014). La investigación científica. En García, R. *Metodología de la investigación: Ciencias Sociales*. México: Trillas.

Gómez, P. (2001). Imaginarios sociales y análisis semiótico: Una aproximación a la construcción narrativa de la realidad. *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy* (17).

González, D. (2010). Revista Nodos. *Turismo y ciudad: espacio y lugar de imaginarios líquidos. Puerto Vallarta*, *5*(9). Recuperado de http://csifesvr.uan.edu.co/index.php/nodo/article/view/130

Google Maps. (2016). Georreferenciación Caribe colombiano [Gráfico]. Recuperado de https://www.google.es/maps/@40.396764,-3.713379,6z

Guerra, C. (2009). Revista Actualidad Étnica. *Los viajes del viento: un recorrido poco conocido.* Recuperado de http://www.actualidadetnica.com/cultura/cultura-

Hasson, U., Landesman, O., et Al. (2008). Neurocinemarics: The Neuroscience of Film. *Berghanh Journals 2* (1), (1-26). Recuperado de http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.599.9738&rep=rep1&type=pdf

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2003). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.

Hudson, S. & Ritchie, B. (2006). Promoting Destinations via Film Tourism: An Empirical Identification of Supporting Marketing Initiatives. Recuperado de doi=10.1.1.510.4944

Iáñez. (s.f.). Metakinema: Revista de cine e historia. *Definición legal del patrimonio cinematográfico como herramienta básica para su tutela*. Recuperado de http://www.metakinema.es/metakineman4s5a2.html

Jaramillo, J. (2017). "Un vallenato de 350 páginas":‘ la magia que comparten "Cien años de soledad" y el folclor musical más conocido de Colombia. *BBC Mundo*. Recuperado de http://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-38678370

La Candelaria o La Vieja Mello, dos nombres y una solo fiesta en la Costa. (Feberero 2 de 2013). *El Heraldo*. Recuperado de https://www.elheraldo.co/region/la-candelaria-o-la-vieja-mello-dos-nombres-y-una-sola-fiesta-en-la-costa-98536

Liebman, G. (2012). Tourism and Neuroscience: A Preliminary Approach. *Ourismos: An international multidisciplinary journal of tourism, 7* (2), 39-54. Recuperado de http://www.chios.aegean.gr/tourism/VOLUME_7_No2_art02.pdf

Linero, C. (26 de enero de 2019). Ritmos anfibios de los pueblos palafitos: la base musical del carnaval. *Observatorio Nacional de Colombia*. Recuperado de http://observatorionacionaldecolombia.co/cultura-y-sociedad

Lorenzo, M. (2013). Ciudad “háptica” versus Ciudad “para la vista” en Juhani Pallasmaa. *Eikasia.* (69-84). Recuperado de http://www.revistadefilosofia.org/52-04.pdf

‘Los viajes del viento’ de Ciro Guerra. *El Tiempo*. (Abril 21 de 2009). Recuperado de http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-5033087

Lozano, P. (1995). *Colombia, mi abuelo y yo*. Bogotá, Colombia: Panamericana.

MacCannell, D. (2003). *El turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. España, Barcelona: Melusina.

Magris, C. (2005). *L’infinito viaggiare.* Milano: Arnoldo Mondadori

Marín, C. (8 de enero de 2012). Yo, el porro. *El Espectador*. Recuperado de https://www.elespectador.com/noticias/cultura/yo-el-porro-articulo-320013

Martínez, A. & Martínez, S. (2012). Territorios de cine: desarrollo local, tipologías turísticas y promoción. Recuperado de

https://books.google.com.co/books?id==PA96&dq=ururce=bl&J7E&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjs8ef-yOzPAhWDZj4KHbgZAf8Q6AEIITAB#v=onepag

Martínez, A. (2008). Cuadernos de turismo. *El cine como soporte didáctico para explicar la evolución del viaje y la actividad turística*, (22). [145-163]. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/398/39811554007.pdf

Medina, I. (1990). Mi Chimichagua de ayer. Recuperado de http://ismaelmedinalima.co/wp-content/uploads/2014/09/mi_chimichagua_de_ayer.pdf

Ministerio de Cultura. Marzo 10 de 2009. Art 62 [Título V] Decreto reglamentario 763 de 2009 Por el cual se reglamentan parcialmente las Leyes 814 de 2003 y 397 de 1997, modificada por medio de la Ley en mención, en lo correspondiente al patrimonio cultural de la Nación de naturaleza material. [Decreto 763 de 2009]. Recuperado de *http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=2932*

Ministerio de Cultura. Mayo 3 de 2016. Art 41 [Capítulo IV] *Resolución 1021 del 03 de mayo de 2016 Por la cual se reglamenta el ejercicio de algunas funciones del Ministerio de Cultura relativas a la actividad cinematográfica en Colombia* [Resolución 1021 de 2016]. Recuperado de *http://www.mincultura.gov.co/ar*

Nicosia, E. La Sicilia e il cineturismo. (2011). En L. Mercatanti. (Ed.), *Percorsi di geografía tra cultura, societá e turismo* (379-393). Italia, Bologna: Pàtron

Ordoñez, J. (2017). *El lenguaje audiovisual y la neurociencia.* (Tesis de maestría). Recuperado de http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/6919/1/12874.pdf

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [Unesco]. (1995). Memoria del mundo: Patrimonio cinematográfico nacional. Recuperado de http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001103/110379So.pdf

Orrantia, J. (2007). Desde el pantano: Momentos del descenso a la cotidianidad. *Antípoda* (5), (15-29). Recuperado de http://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.7440/antipoda5.2007.01

Packer, M. (2014). La entrevista de la investigación cualitativa. En Packer, M. *La ciencia de la investigación cualitativa*. Bogotá: Nomos impresores.

Pike, S. (2004). Destination Marketing Organisations. 1-19. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6HkPV

Posada, J., Díaz, P. & Jaramillo, D. (2016). La construcción de la realidad social de John Searle, una ontología social sin imágenes. *Anagramas 15* (30), (183-197).

Ramachandran, V. & Hirstein, W. (1999). The Science of Art: A Neurological Theory of Aesthetic Experience. *Journal of Consciousness Studies, 6* (6-7), pp.15-51. Recuperado de http://www.dgp.toronto.edu/~hertzman/courses/csc2521/fall_2007/ramachandran-science-art.pdf

Rewtrakunphaiboon, W. (2009). Film-induced tourism: Inventing a vacation to a location. *BU Academic Review*, *8*(1), 33-42. Recuperado de: http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/epaper/jan_june2009/pdf/Walaiporn.pdf

Rincón, J. (2017). Crónica: El día que nació 'Francisco El Hombre'. Fundación Festival de la Leyenda Vallenata. Recuperado de http://festivalvallenato.com/cronica-el-dia

Rocha, M. (2010). El sol babea jugo de piña: Antología de las literaturas indígenas del Atlántico, el Pacífico y la Serranía del Perijá. Colombia, Bogotá: Ministerio de Cultura. Recuperado de http://www.banrepcultural.org/sites/default/files/89035/03-El-sol-babea-jugo-de-pina-Antologia-literaturas-indigenas-del-Atlantico.pdf

Rodríguez, L. & Fraiz, J. (2012). Papers de turismo. La trama y las imágenes en el cine como promoción turística de un destino. Evaluación del caso Vicky, Cristina, Barcelona, (51). [133-147]. Recuperado de http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/200/167

Rosado, C. (10 de junio de 2016). El sector audiovisual exige un Plan Estratégico sobre Turismo Cinematográfico. *Agencia EFE.* Recuperado de http://www.efe.com/efe/espana/cultura/el-sector-audiovisua

Señal Colombia. (2017). Diez datos increíbles de un lugar escondido llamado Nueva Venecia. Recuperado de http://www.senalcolombia.tv/noticias/diez-datos-increibles-de-un-lugar-escondido-llamado-nueva-venecia.

Schopenhauer, A. (1818). *El mundo como voluntad y representación.* Recuperado de http://juango.es/files/Arthur-Schopenhauer---El-mundo-como-voluntad-y-representacion.pdf

Smith, D. (2009). *Learning from the Stranger: Christian Faith and Cultural Diversity*. (p.85). Recuperado de https://books.google.com.co/books?id=uj2lHd9N9GkC&pg=

Ubárnez, S. (2017). El festival de la leyenda vallenata. Recuperado de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial-historia

Urry, J. & Larsen, J. (2011). The tourist gaze 3.0. Sage. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Q1BdBAAAQBAJ&oi=fn

Vives, M. (2013). *Turismo inducido por el cine: Aplicación del caso a la ciudad de Barcelona.* (Tesis de maestría). Recuperado de https://dugi-doc.udg.edu//bitstream/handle/10256/8806/Miquel%20Vives%20Garcia.pdf?sequence=1

Virilio, P. & Rato, M. (1989). La máquina de visión. Recuperado de http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/3

Zamudio, L. (2011). Los imaginarios en la percepción de los lugares turísticos. *Imagonautas 2* (1), 114-137. doi: 4781288

Anexos

Anexo 1.

Esquema encuesta desarrollada a turistas en Punta Gallinas, Valledupar y Mompox a partir del tráiler de Los viajes del viento

1. Estado civil:
    a. Casado
    b. Soltero
    c. Unión libre
    d. Separado
    e. Viudo
2. Edad:
    a. De 18 a 30 años
    b. De 31 a 40 años
    c. De 41 a 50 años
    d. De 51 a 60 años
    e. Mayor de 60 años
3. Género:
    a. Femenino
    b. Masculino
4. Nacionalidad:_____
5. Nivel académico:
    a. Sin estudios
    b. Bachiller
    c. Técnico
    d. Pregrado
    e. Maestría o Posgrado
    f. Doctorado
6. Actividad actual:_____
7. Lugar que se encuentra visitando:
    a. Punta Gallinas
    b. Valledupar

c. Mompox

8. ¿Concuerda lo imaginado del destino a partir de la película, con lo percibido del mismo durante la experiencia turística?
   a. Sí concuerda
   b. No concuerda
   c. Concuerda parcialmente
9. ¿La película lo motivaría a viajar a la Región Caribe Colombiana?
   a. Sí
   b. No
10. Califique el nivel de estímulo que le generó el destino turístico:
    a. Estímulo intenso
    b. Estímulo medianamente intenso
    c. Estímulo bajo
    d. Ningún estímulo
11. ¿Cuál es el nivel de concordancia de la imagen del destino formada antes del viaje con el formado durante o posterior al viaje?
    a. Superior al que se formó antes de su viaje
    b. Inferior al que se formó antes de su viaje
    c. Igual al que se formó antes de su viaje
12. ¿Existió alguna diferencia entre la información turística del destino antes del viaje y lo encontrado allí?
    a. Lo que me dijeron coincidió con lo que encontré
    b. Lo que me dijeron fue diferente a lo que encontré
13. Se emocionó al ver el destino en la película?
    a. Sí
    b. No
14. ¿Qué elemento o elementos (puede señalar varios) le causaron más emoción al ver el film?
    a. Paisaje
    b. Música
    c. Historia

d. Costumbres de los personajes

15. ¿Se emocionó al estar en contacto con el destino turístico? Si su respuesta es afirmativa, mencione los elementos que mayor emoción le causaron:_____
_____
_____
_____

16. Indique su grado de satisfacción respecto a los servicios ofrecidos en el destino turístico:
Insatisfactorios 1 2 3 4 5 Insatisfactorios

Anexo 2.

Transcripción entrevista Diana Bustamante y Ramsés Benjumea (Productora y Escenógrafo de "Los viajes del viento")-Jueves 5 de octubre de 2019

María: Bueno, entonces yo ya te conté un poco del proyecto. Me parece muy chévere poder hablar contigo, pues con alguien que haya pertenecido directamente al equipo de realización. Mi proyecto se basa precisamente en lo que te conté, en la influencia de *Los viajes del viento* en el imaginario de la Región Caribe Colombiana. Entonces quisiera comenzar de pronto preguntándote cómo fue la realización de la película, en qué se basaron para la producción y los contenidos.

Diana: No en serio, Ramsés fue el escenógrafo, o sea el que construyó todas las cosas de la película fue él. Eeeeh, bueno el proyecto arranca, es un proyecto de Ciro obviamente, eeeh Ciro es de Río de Oro, Cesar. Digamos que, de alguna manera, ese imaginario, como esa mitología vallenata era parte de las cosas que él conocía, y como en el 2006, quizás, empezamos a hablar de ese proyecto. Ciro es un tipo que escribe muy rápido y realmente tuvimos una primera versión del guión muy muy rápido…y la inspiración sí era como poder contar, o sea yo, nosotros pensamos o yo personalmente pienso que todas las historias ya están contadas, lo que pasa es que los contextos varían. Entonces, esta es una historia, es un viaje iniciático, ¿no?, es como la historia clásica del viaje del héroe y un poco es el viaje de esa transformación, ahí hay como una serie, digamos, de arquetipos que se repiten en la historia de la literatura y pues igual de la narración: el maestro, el joven, el héroe, ta ta ta, y era utilizar esos elementos dentro,

digamos como, de la mitología del mundo vallenato, o sea si fuéramos japoneses hubieran sido samuráis, pero básicamente era eso.

Ramsés: Amaterasu

Diana: (Risas) Podemos hacer algo así, y digamos que esa historia del viaje, pues sí tenía mucho que ver como eeh por dónde ha viajado siempre que ha sido la tradición vallenata, ¿no?, lo que se conoce como ese Magdalena grande que es donde, digamos, esa tradición fue como mutando y fue creciendo y como tomando …

María: ¿Cómo es el imaginario que se crea a partir de la película? ¿Cambia el imaginario de Colombia? ¿Cambia, digamos, a partir de las otras películas que se habían producido, que por lo general siempre se basan en temas de narcotráfico y crean, digamos, esa estigmatización respecto al país?

Diana: Bueno, primero ahí hay varios lugares comunes que hay que romper. Si uno se fija en la cinematografía nacional realmente el porcentaje de las películas que hablan sobre la violencia del país es mínimo. Eh, es más el volumen, el corpus de la obra cinematográfica colombiana es más un cine rural, un cine de tradición, es un cine de historia más bien íntimas. Ojalá hubiera más películas de narcos y de guerra pero buenas, eeh, pero digamos que *Los viajes del viento* sí era muy particular en ese momento, eeh digamos que sí veníamos de una época en que se había dejado de producir, se estaba empezado a producir nuevamente, y fue como ese resurgir ese nuevo boom del cine colombiano, y en ese nuevo boom del cine colombiano, eeh pues esta sí era una película que hacía una diferencia. Era una película muy ambiciosa en términos del volumen de la producción, el cine colombiano, digamos, así fuese y sigue siendo un cine más bien rural, pues es un cine rural pequeño, o sea que su rango de acción de mostrar el país era pequeño. Esta sí era una película muy disruptiva en ese sentido porque era una película que atravesaba el país, era una película que mostraba digamos como una grandeza cultural y geográfica que hasta ese momento el cine no lo había visto. Entonces, primero sí hacía como un cambio en eso, como que era una gran producción hasta lo que se había visto en ese momento y era una gran producción que le mostraba a la gente un país que se desconocía también ¿no?, yo creo que también tenía mucho que ver y tiene mucho que ver con el hoy en día y es que la guerra hizo una vaina muy fuerte en Colombia y es que la gente no conoce su país y esta clase de películas le mostraban a la gente del interior un gran país que desconocían absolutamente. Después hice un Phd en hacer películas que le muestran al país cosas muy extrañas de sí mismo,

pero en ese momento sí era como muy, pues como super loco ¿no?, como que hacerlo en ese sentido también fue super loco porque era otro país donde realmente moverse era muy diferente y donde pues tocaba llegar a pedirle permiso al dueño de esa zona sea quien fuera, entonces acá es un frente o acá es el señor paraco entonces llame a su otro amigo paraco y el ejército no, no funcionaba en muchos de los lugares…

Ramsés: Sí, había también una cartografía como una violencia latente que había dejado sus huellas y siempre nos íbamos encontrando como en eso ¿no?, lugares donde "ah no, hace tanto hubo una masacre acá, y hubo de todo…"

Diana: La masacre entonces del Morro.

Ramsés: Y entonces claro, nosotros obviamente no teníamos, eh no estábamos construyendo eso, pero pues obviamente uno se iba enterando como un poco de una serie de regiones y de digamos lugares que de alguna manera también para nosotros era desconocida. Había una cosa de aventurera también en este equipo y era de irse encontrando una definición de país, ahora, para contar otro país que no era en la misma época…

Diana: Claro, era muy chistoso porque había lugares que era como…si uno hace una película de época tiene que retroceder en el tiempo, acá nos tocaba modernizarnos… (risas) ¿No? En serio eran una vainas eeeh, sí pero sí, lo que dice Ramsés es super cierto, también para nosotros fue conocer un país y conocer unas realidades de un país, como cuando fuimos a rodar en Mompox…eh…como "ah, pero ¿ya pidieron permiso?"… pero ¿a quién, a la gobernación, a la alcaldía?... "no, pues al parche de allá, o sea ahí había un grupo paraco que tocaba pagar una vacuna y era como "ni teníamos plata, ni íbamos a pagar vacuna", entonces lidiar con esas realidades del país pues también fue muy chévere como a nivel personal, pero además también sí creo que marcó un…como un paradigma dentro de la producción cinematográfica colombiana y es: sí se pueden hacer películas en todo el territorio colombiano; claro, yo siempre cuando empezaron a crear la Comisión Fílmica, yo les decía a estas viejas cuando la empezaron yo les decía "miren, uno puede vender turismo de lujo ¿no?, entonces usted plan completo en hotel Guachupei en Santa Marta, o marica échese una mochila al hombro y se va al Cabo de la Vela"…es lo mismo, usted puede hacer una película donde todo el mundo tiene un *motorhome* y no sé qué y tarara, o usted tiene una película donde le toca dormir unos encima de otros y no hay agua…y así se hizo esta película, o sea esta película también implicó un tema de, de turismo extremo, yo creo que pasamos más horas empujando las vanes que montados en esos

carros…(risas), porque los carros eran una re mierda y no teníamos plata suficiente para pagar carros buenos, entonces era la van más barata, que también era de un tipo re mafioso de la Guajira. ¿Se acuerda el día que llegó?

Ramsés: En la Guajira también había y pues todavía prevalece un sistema mafioso que es como, "bueno, ¿aquí cómo se hace?", y entonces todos los negocios no, bueno funcionan de una manera y es así, entonces hay que de alguna manera entender y también arriesgarse un poco porque posiblemente también había un riesgo… había una latencia de pérdida de la vida en cualquier momento…

Diana: Inminente (risas). Teníamos un juego…Ramsés y yo vivíamos juntos en la casa, la casa de él en el Morro, la casa del arte, y teníamos un juego que era suponer cómo íbamos a morir, entonces (risas) ¿Se acuerda cuando mandamos a Juan David al Morro? Que es…allá hubo una masacre también muy fuerte, obviamente no hay agua. El Morro es en Nueva Venecia, entonces esto es una ciudad palafítica, pues obviamente sin ningún sistema de alcantarillado ni agua potable ni nada, entonces le… a producción le llevaba agua, entonces en nuestros juegos de cómo íbamos a morir le decíamos "marica van a llegar con el agua y va a estar Juan así hinchado, lleno de moscos, no sé qué…".

Ramsés: Pero también había otra persona que iba a estar en el…

Diana: En Portete

Ramsés: En Bahía Portete, ¿sí?, también ese es un pueblo bastante alejado de la Alta Guajira, donde es desierto.

Diana: Donde hubo una masacre muy fuerte en el cuarenta.

Ramsés: También hubo otra masacre allá, y también hubo una serie de…una alteración en términos de orden público, porque había, digamos, unas directrices distintas y había personas que estaban como entre el ritual de segundo entierro y…

Diana: No, la historia ahí arranca…allá hubo una masacre, nosotros filmamos allá. La comunidad de Portete decidió, cuando sucedió la masacre, no…irse de la ranchería pero no tocar nada allí, digamos que estaban en ese proceso de si sí hacían segundo entierro o no porque además había unas implicaciones muy fuertes en esa masacre, porque se fueron contra las mujeres y digamos que la dueña, en la cultura de ellos así sea muy machista, la dueña de la ranchería es la mujer. El linaje se reconoce es desde la mujer no del hombre, o sea es una figura muy importante y a esa señora le hicieron de todo…bueno, esto era una historia horripilante,

eeeh, que nosotros irresponsablemente sabíamos, pero no todo el equipo sabía, pues uno asume que eso es un poco de cultura general pero resulta que no…este personaje no lo sabía (refiriéndose a Ramsés), y además era un rockero así "Hey Ramsés, tal…" (risas), y entonces él estaba haciendo las adecuaciones allá. Esto es un pueblo fantasma y llama un día a Camilo y dice "Noo, ¡acá la gente está enloquecida, con armas!"… y yo "ohh, ¿estás viendo gente muerta? O sea, (risas), ¡allá no hay gente marica!, está, ya enloqueció. No pues no había enloquecido… o sea volvieron los familiares, y fue una cosa súper complicada. Era lidiar con eso, era lidiar también con un nivel, con un *gap* cultural muy fuerte, o sea nosotros somos blancos, vivimos acá, y allá no solamente era lidiar con los caribeños que ya son una raza aparte, sino con un wayúu es muy diferente a un…a los de la Sierra. La Sierra fue un proceso de, no sé, un año de estar yo hablando y yendo a hablar con ellos, que… que decían después de una hora de wichiwichiwichiwichi, "no, que lo va a pensar", y uno "marica, ¿habló una hora y dijo que lo va a pensar?, bueno…", entonces sí fue también como reconocer ese país. Yo creo que también fue incentivar al resto de la cinematografía a que sí se podían hacer las películas de otra manera, asumiendo cosas tan locas como todo esto, pero que sí había un país para narrar desde otros puntos.

María: Okay, entonces según lo que me cuentas, prácticamente la producción fue todo un viaje y ustedes cumplieron el papel, digamos, literal de viajero no de turista que es digamos lo que está ahora el turismo tratando de transformar…el concepto de turista a viajero, que sea alguien que de verdad viva la experiencia y la razón de ser del lugar, entonces podría decirse que ustedes digamos vivieron esa experiencia ¿no?, de estar, digamos, muy cerca de la cultura, muy cerca de lo que es, del vivir del sitio.

Diana: Sí de todo…fueron procesos muy largos porque fue una película de época en donde no existe el cine y donde además….sí, o sea con lo del viaje y realmente fue un proceso muy largo, fue una película que tuvo una preproducción larguísima. Pienso mucho últimamente en Mompox, que ahora sí el puerto de no sé qué, el mercado de Mompox…cuando nosotros llegamos era como "sí, esa restauración va a estar hecha"…nunca estuvo hecha, Ramsés terminó haciéndola básicamente, eeh, ese puerto donde ellos llegan el mercado es, eso era un basural, eso era una mierda

Ramsés: Y además le habían quitado toda la argamasa que es el único cubrimiento que tiene, entonces estaba todo a la deriva, pelado

Diana: O sea, tocó hacerlo. Restaurar

Ramsés: Obviamente también había, digamos, unos tiempos unos *deadline* para poder reaccionar y tener las cosas a tiempo, pero de alguna manera en principio era…

Diana: Terminamos haciendo la restauración nosotros porque sabíamos, o sea fue como "sí, esto va a estar listo, esto va a estar listo", y Ramsés en un punto dijo "eso no va a estar listo, eso es un camello ni el hijueputa, empecemos a hacerlo ya porque o si no yo no voy a alcanzar", y así fue muchas cosas porque también era, era entender y vivir esa corrupción, ese *tempo*.

Ramsés: La idiosincrasia, o sea era vivir esa idiosincrasia y claro nosotros también éramos…sí, ya no éramos unos turistas sino unos viajeros conociendo un país que tampoco conocíamos…y era una cosa de comunidad muy fuerte porque éramos muchos, pero además vivíamos juntos, eeh cuando ya, digamos, no estábamos en Valledupar sino ya en los otros lugares, siempre nos tocaba dormir de a varios, o sea todo era una cosa de una intensidad, de cero intimidad, de todo. Unos *realities* viajeros donde aparte digamos de asombrarnos un poco con el asunto de relieve y con toda esta cuestión que Diana ya ha comentado, pero también con el vivir eso desde la humanidad y no desde la suposición y no desde una apariencia, sino obviamente con todo lo que implica vivir y convivir con los demás y con los distintos entornos en los que uno se empieza a encontrar. Uno empieza a decir "uy esto…" son cosas que uno no calculaba o no tenía como en cuenta se le empiezan a volver una cosa crítica ¿no? Y cómo uno va a dejar que eso también se volviese una cosa personal, porque también se corría con ese riesgo ¿no? De alguna manera todos estábamos tan cerca todo el tiempo y había, digamos, que era inminente que pudiese pasar cualquier desastre ¿no?

María: Y digamos que si les pregunto que cuál es la primera imagen viene a su cabeza cuando les menciono *Los viajes del viento*, ¿de qué se acuerdan?

(Risas)

Diana: No, yo me acuerdo de una van marica…una van que olía a mierda y estar subiéndose a una van a las tres de la mañana así como "¡Ramsés!"

Ramsés: A mí se me viene la casa de Nini, que es esta casita que está hecha allá en la montaña, justamente porque…cuando la vimos, cuando vimos el sector yo dije "esto es impresionante, que bien, cómo hacen para encontrar estos lugares…"

Diana: Sí, que locaciones tan lindas

Ramsés: Sí, entonces uno queda así, y después cuando bueno ya hace la bajada, uno dice "pero son cuarenta minutos de bajada, bueno…", ya después cuando llega el momento de la planeación uno dice "¿cómo vamos a subir el material?"...

Diana: Claro, todo el mundo lo vive desde su realidad.

Ramsés: Eso toca con mulas…

Diana: Entonces todo el arte fue muy duro, pero esa tenía unas implicaciones muy duras. Yo además de la van, yo sí siento que para mí, cuando nos quedamos varados en Portete fue uno de los momentos más brutales, críticos, porque no era como "nos quedamos varados acá", en verdad mucha gente no sabía qué era lo que había pasado ahí, o sea fue aterrador, pasaron cosas muy aterradoras. Esa noche no podíamos salir y es como saber que, sí ahí hay una base del ejército, pero marica esos manes nos dejan morir ya, o sea es una zona de desembarco de droga ¡ahí! Donde estábamos nosotros, por eso es que además sucede esa masacre, o sea eso no fue como estos manes eran unos locos que iban matando gente pues de deporte…o sea, ahí se cae un cargamento, se pierde, no sé, un kilo lo que sea y esos manes matan a todo el mundo, y eso es lo que pasa en esa zona, entonces quedarse atrapados ahí…la carga energética de ese lugar, había una revol de luna, una luna así roja hijueputa, y matando un chivo porque era lo único que teníamos para comer…o sea pensar…no… fue la noche más larga de mi vida, no dormimos, bueno, yo no dormí , pasaron cosas muy raras toda la noche; bueno, al otro día filmamos, deshidratados, recuerdo además el momento que era como la escena cuando llega el hielo en Cien años de soledad; estábamos deshidratados, yo recuerdo todos vomitando, era un momento crítico. Yo tomándome un gatorade que hacía burbujas…asqueroso…y llega la bola de hielo recubierta así de aserrín y no sé qué y fue como irnos con lo que teníamos en la mano pa probar el hielo y después salir esa noche, que yo no sé si usted se acuerda, yo iba en el carro guía al frente; no, yo iba en el último, Titina iba en el primer carro, y supuestamente venía el carro del ejército escoltándonos.

(Risas)

No era ningún carro del hijueputa ejército, era…venían estos manes ahí y además así como titilándome y yo empecé a llorar e iba con el argentino y fue como "che, ¿pasa algo?" y yo "no nada" yo (marica, nos dieron de baja), (risas), ese fue el momento más…

Ramsés: Bueno, claro que lo importante es que nadie le decía al otro su miedo

Diana: Noo, todos lo contábamos después

Ramsés: Exactamente, eso fue lo que mantuvo una primera fé de "bueno, si ellas están tranquilas eso es porque esto está bien", así uno tenga una trompetilla de un fusil acá (señala la cabeza). Eso hace parte justamente del plan de producción, o sea no hay por qué preocuparse, ya después es como "estuvimos al borde de morir nuevamente otra vez" Un día más de muerte, listo otra vez…

María: Bueno, entonces les agradezco mucho y espero que cuando termine el proyecto pueden participar de él y vean qué se logró.

Anexo 3.

Transcripción entrevista Mauricio Laurens Tapias (Crítico de cine)-Martes 9 de abril de 2019

¿Cómo piensas que influye el cine en los imaginarios?

Bueno, pues yo creo que el cine primero que todo es un medio masivo de comunicación, es un espectáculo para mucha gente que lo ve simplemente como entretenimiento, pero también existe un cine que es más alternativo y que no solamente se dedica a entretener sino que quiere dejar alguna lección sobre diferentes aspectos sociales, políticos históricos. Así como hay un cine documental que básicamente, que primero que entretenimiento es pedagógico, didáctico pero ya digamos el cine influye muchísimo sobre todo a través de la publicidad y de los canales paralelos de difusión, es decir a través de la publicidad o de las expectativas que se crean alrededor de las películas en los medios de comunicación, básicamente en la televisión, en las redes sociales. Entonces sobre el imaginario que es la pregunta concreta, pues, lógicamente, por un lado está la avalancha digamos del cine comercial y muy publicitado norteamericano básicamente de Hollywood, también hay cine independiente pero ya entraría como cine alternativo. Entonces eh sobre influye muchísimo sobre, digamos, a partir de los protagonistas de los héroes de las divas de los galanes que son como puntos de referencia, también las modas a través del cine, de las modas me refiero básicamente como al vestuario incluso de la ropa deportiva, o sea que el cine no es solamente un sistema masivo de comunicación sino que

también es como un creador de imaginarios si? En la cual pues los niños se inculcan generalmente con los superhéroes y con anteriormente era más con los cuentos de hadas entonces también sobre en el caso específicamente colombiano pues existe digamos como una relación directa del imaginario entre el cine de antecedentes teatrales, no, más que teatrales o literarios, alrededor de la televisión entonces los personajes y las series que se han vuelto como populares en televisión actualmente con la ley de cine pues tienen como subversión para cine en el caso, por ejemplo, de los cuenta chistes ahora más del elenco de "Sábados felices" y todo eso de una u otra manera tiene su influencia sobre el público.

¿En el caso colombiano, consideras que el cine colombiano ha afectado el turismo, tanto interno como internacional, y de qué forma?

Bueno, ya claro esa sí es una pregunta muy concreta y en particular para el trabajo de investigación que estás haciendo. Sobre los aspectos turísticos, pues tradicionalmente algunos lugares, ciudades, pueblos y regiones colombianas que han sido nacional e internacionalmente como focos de turismo han tenido, digamos, como sus reflejos en el cine. Pienso yo en este momento Villa de Leyva…ha sido epicentro o en términos cinematográficos ha servido como locación ¿sí? para películas internacionales generalmente del género western, como películas de vaqueros…Cartagena yo creo que sigue siendo explotada en el cine más con una visión turística del centro histórico, de las murallas, ¿sí? Yo creo que no tiene nada que ver con las playas, ni tiene que ver con las islas vecinas, porque no recuerdo así películas que tengan que ver con los planes de playa, sol…sino realmente como locación arquitectónica, colonial y demás cosas. Pero hay películas que, lógicamente se han hecho documentales aparentemente sobre la fauna, la flora y la variedad del paisaje colombiano, del paisaje andino, tropical, pacífico, caribe y los llanos orientales y la zona cafetera. Pero, pienso yo como en una película como "Colombia: Magia salvaje", ¿sí? Pero de resto veo yo que…hay incluso un libro recién editado por Proimágenes de Colombia sobre la oferta del paisaje cinematográfico, pero veo yo que sobre el Eje cafetero habría que pensarlo si es que existe alguna película. Desde el punto de vista antioqueño, pues ha sido más el tema social, de las comunas y el narcotráfico y demás cosas. Sobre Bogotá, realmente no he visto ninguna película que se localice en el centro de la ciudad…pero ni siquiera digamos en el contexto de los principales atractivos que tiene la capital de Colombia, que tiene que ver como con el paisaje que la envuelve; la cordillera, Monserrate, Guadalupe, La Calera y la Sabana intermedia.

¿Para ti, qué elementos definen la narrativa de Ciro Guerra?

Aunque "La sombra del caminante" se refiere a la memoria provinciana que tienen y al conflicto armado que tienen sus protagonistas desplazados, marginados en Bogotá, pero yo creo que una de las características de Ciro Guerra es que tiene que ver con los espacios abiertos, que tiene que ver con el río, con los ríos caudalosos, con la selva como es el caso del "Abrazo de la Serpiente", y con…yo creo que él es un explorador de diferentes paisajes, más que geopolíticos, humanos de Colombia entonces y los "Pájaros de verano" es específicamente la Sierra Nevada de Santa Marta y el desierto Guajiro, entonces ahí a veces hay una fusión de la diversidad, porque en la misma Guajira pues es el Caribe, la Costa Atlántica, es desértico pero al mismo tiempo está la Sierra Nevada más cercana del litoral, de la Costa que creo que existe en el mundo como es la Sierra Nevada de Santa Marta. Y ya en "Los viajes del viento", pues lógicamente es el recorrido por varios departamentos, por el Río Magdalena, pues que son 7 u 8 los departamentos de la costa Atlántica, en parte pues sigue todo ese itinerario rivereño, montañoso y desértico.

¿Qué percepción tienes en general acerca de la Colombia reflejada en "Los viajes del viento, qué te transmite"?

Bueno, a mí me transmite, primero que todo que uno de los enfoque principales o uno de las regiones colombianas que me parece que este país tiene una diversidad de regiones con características geográficas y humanas muy particulares , entonces tal como existe en "Los viajes del viento" los departamentos de la Costa Atlántica pues también existe la zona sur occidental del litoral Pacífico, existen los llanos orientales y la Amazonía, la Altiplanicie Cundiboyacense, entonces en el caso de "Los viajes del viento" pienso que además de las leyendas que hay alrededor de los juglares que es además el tema mágico realista acerca de la leyenda del acordeón del diablo, pero finalmente es una película de viajes, pues no son viajes de carretera, porque utilizan el río, o el campo abierto y no es en un automóvil, ni es en tren, sino que es a lomo de mula, de burro. Entonces veo yo que de las cosas que se me grabaron de "Los viajes del viento" no solamente es el itinerario por diferentes departamentos y regiones específicas, sino como un cierto deleite de reconocer sitios fundamentales como son, digamos, la Ciénaga Grande de Santa Marta del Magdalena y escenas muy importantes que transcurren en medio de las viviendas lacustres, de los palafitos. Eso de un momento a otro pues deja ver que en la Costa Atlántica también hay una diversidad, porque está la gente costeña propiamente del litoral que

viven cerca del mar, pero está por ejemplo…es muy diferente la cultura sinuana, cordobesa, es muy importante la región los linderos de la Sierra Nevada de Santa Marta, tanto el departamento del Cesar como del Magdalena, entonces la cultura propiamente del valle, la cultura vallenanta es muy diferente a la sinuana y por supuesto que es muy diferente a la guajira y también existe pues la cultura, que creo que no se refiere la Costa interior, porque creo que en la película no están reflejadas las grandes ciudades Barranquilla, Cartagena, Santa Marta, ni Riohacha. Entonces realmente es una Costa Atlántica rural. Ahí quizá es verdad que dicen dónde comienza la Costa Atlántica? Que de Montería hacia abajo, pues ya de Montería hacia el Sur tiene ya la influencia Antioqueña o sobre el Magdalena medio, pues lógicamente ya ciudades como puertos como Barrancabermeja pues ya está absorbido por la cultura antioqueña, por la cultura santandereana propiamente dicha entonces…pero hay algo muy especial que el Norte de Santander, la región de Ocaña y dentro de la película está la Serranía del Perijá entonces ahí se remonta a las raíces mismas de Ciro Guerra, porque Ciro Guerra nació en Río de Oro, Cesar, pero por él, hablando con él, ubicándome geográficamente con Río de Oro, hay que atravesar la cordillera para llegar a Ocaña, Ocaña es el norte del Norte de Santander y a Ocaña se le dice que ya es una ciudad costeña, los costeños santandereanos no solamente habitan en Ocaña sino en Santander del Sur, la carretera que conduce a Ciénaga, a Valledupar, lógicamente la frontera entre Santander y el Cesar, la zona que creo que en la película también aparece que es la zona de San Alberto y Codazzi, bueno Codazzi es muy cerca de Valledupar, porque es la región de la palma africana. Pero bueno ahí es muy importante ciudades intermedias como es Valledupar, porque hay locaciones directamente del corazón de Valledupar, que es la Plaza Alfonso López del festival de "La leyenda vallenta" y el festival de "Ay ombe".

¿Qué estrategias piensas que se podrían utilizar para ampliar la difusión del cine?, porque digamos que el problema del cine colombiano no es la producción, sino la difusión, lo que más se difunde es el cine basado en narcotráfico más que el cine rural e independiente.

Está el turismo local e interno y el turismo extranjero, pero yo no veo, con excepción de "Pájaros de verano" y "El abrazo de la serpiente", porque "El abrazo de la serpiente" ¿qué puede vender?...La Amazonía, pero es que la Amazonía no solo es territorio colombiano, es venezolano, brasileño y peruano, entonces a mi parece que una de las maravillas de "El abrazo de la serpiente" no solamente se refiere a las exploraciones históricas y a la etnoantropología sino el hecho de que son lugares que prácticamente no tienen una nacionalidad definida, a pesar

de que haya sido filmada en Mitú sobre el río Vaupés, pero también en el Inírida y los raudales incluso Chiribiquete creo que está ahí presente, pero entonces sí tal vez en un caso de esos aumenta el turismo, pero el Ecoturismo, porque también hay otro tipo que es el turismo deportivo, el canotaje, el rappel y toda esa serie de cosas, pero las ganas de conocer lugares inexplorados como el Chiribiquete o como puede ser la Ciudad perdida de Santa Marta, pero la realidad es que no hay agencias de viaje, o sea ya es por iniciativa propia, y además con unos costos inmensos. Yo personalmente cuando ví, yo quedé fascinado con "El abrazo de la serpiente" tanto que a los quince días me fui yo a visitar locaciones pero las únicas locaciones que pude conocer fueron las de Mitú a orillas del Río Vaupés y conocí algunos raudales pero incluso conocí el nombre con el que se conocen los raudales allá que son las cachiveras pero entonces ya ir a conocer Inírida e ir al Chiribiquete pues hubiera tenido que alquilar un vuelo chárter y si conseguí un millón de pesos por persona entonces con helicóptero que es algo muy, no digo exclusivo, sino algo muy reducido, de pocas opciones.

Anexo 4.

Esquema y Transcripción Focus Group-Miércoles 24 de abril de 2019

Objetivo: Analizar la influencia de *Los viajes del viento* en el imaginario turístico de la Región Caribe Colombiana. Relacionando y contrastando el imaginario de sujetos que han conocido la región con el de aquellos que no y así determinando un posible *film induced tourism* a partir de la película, partiendo de la perspectiva de sujetos completamente involucrados en el ámbito del turismo.

Duración: Hora y media

Participantes: 10

1. Presentación diapositivas e introducción.
2. Presentación del tráiler de *Los viajes del viento.*
3. Discusión basada en una guía de tópicos semiestructurada, partiendo de la siguiente pregunta: ¿Cómo influye el cine en el imaginario turístico de un lugar?
4. Cuestionario
5. Agradecimientos

Transcripción:

Moderador: Este estudio se titula "Influencia del film, *Los viajes del viento,* en el imaginario turístico de la Región Caribe Colombiana", y todo esto dentro del marco del *film induced tourism* porque obviamente se habla de turismo inducido por el cine, pero el centro y la razón de ser del trabajo son los imaginarios. Bueno, esta es prácticamente la justificación de por qué decidí hacer la tesis acerca de este tema: En una sociedad dominada por los símbolos y las representaciones hablar de la confluencia entre cine y turismo es hablar de dos de los mayores fenómenos instauradores de imágenes en el colectivo social. Haciendo el trabajo de campo, cuando hacía la encuestas a los turistas, no se podía hablar directamente de imaginarios porque la gente no sabe tal cual qué es un imaginario, porque es un concepto muy abstracto, digamos que a veces se confunde con imagen, pero sabemos que no es una imagen, pero digamos que los imaginarios están también conformados por imágenes y por ideas y por un montón de cosas que más adelante vamos a ver.

Bueno, la problemática parte de ¿Cuál ha sido la influenica de la producción fílmica "Los viajes del viento" en el imaginario turístico de la Región Caribe Colombiana? contrastado con el impacto de la experiencia turística *in situ*. Para quienes somos colombianos el imaginario acerca de Colombia sí puede verse fragmentado en regiones, porque conocemos el país y sabemos que no es algo global sino que cada región es muy diferente cultural y geográficamente, pero para un extranjero que no conoce o que nunca ha oído hablar de las regiones, ha oído hablar de Colombia como algo global como cuando nosotros escuchamos hablar de otro país pocas veces tenemos un imaginario referido a la región, sino nos hablan como de Alemania en su totalidad, Italia en su totalidad. Entonces, para un extranjero el imaginario va a ser algo más global y no tan situado en la región. Bueno, esta imagen esquematiza un poco toda la cuestión de los imaginarios, como toda esa abstracción la materializa un poco y voy a explicar el concepto de imaginario basado en la obra de Voluntad y Representación de Shopenhauer.

Entonces, el imaginario es como una ventana, digamos que se hace ese tipo de metáfora, o como unos anteojos que no son relevantes en sí mismos sino en lo que a través de ellos se ve. Es como un instrumento que nos permite ver otras cosas. Entonces, el imaginario es una matriz de representaciones. Representación entendida como la suma de significado más significante, es decir de la imagen acústica de algo sumada a su concepto, entonces de esa unión nace un signo y el signo es precisamente a través del cual el ser humano hace un registro de la realidad,

entendiendo la realidad como texto. Los seres humanos no hacemos el registro de los hechos en bruto, sino que los registramos en nuestra mente como signos. Como les mencionaba, la realidad como voluntad y representación dentro del marco de la obra de Shopenhauer, un filósofo alemán, por si quieren investigar y entender un poco más cómo analiza él estas abstracciones.

Obviamente no tenemos el tiempo para ver la película, entonces vamos a ver el tráiler y a partir de esa percepción y de lo que opinen vamos a generar una discusión y a hacer unas preguntas y posteriormente un cuestionario.

Bueno entonces como la profe Marta me dice que ninguno ha visto la película…

Participante 1: Yo sí la he visto

Participante 2: Y yo también

Moderador: Vamos a hacer la discusión en torno al tráiler, obviamente la percepción va a ser muy limitada. No te va a generar todo lo que genera ver la película, entonces no sé si les parece: Hacemos la discusión acerca del tráiler, pero en su casa pueden ver la película y contestar el cuestionario. El cuestionario también se puede responder basados en el tráiler.

Vamos a comenzar este *focus group* basados en la siguiente pregunta y de ahí lo que surja, también cualquier cosa que me quieran preguntar de la presentación, de los imaginarios me preguntan y lo discutimos: ¿Cómo influye el cine en el imaginario turístico de un lugar?

Participante 3: Yo creo que influye demasiado, o sea no más con el tráiler si uno viaja a ese lugar, no sé realmente dónde es, o sea como todo donde se desarrolló la película, uno espera por lo menos ver como el grupo de gente tocando, como la pelea de los gallos, o sea esa clase de cosas uno realmente espera, si uno nunca ha ido allá, como encontrarlas. Entonces claro, ya te creó un imaginario automáticamente sea o no sea.

Participante 2: De hecho muchos territorios, en cierta medida, le deben su desarrollo turístico al cine, o sea a raíz de estas filmaciones ya sean de películas o series o demás digamos que comienza a haber un interés por parte del público en visitarlos o en indagar un poquito más o conocer. Por ejemplo, yo les cuento un caso. A mí me gustó mucho en su época la película 300, entonces yo comencé a buscar el nombre de Esparta, y comencé a indagar entonces si hubo por allá una ciudad, pero digamos ya cambió el nombre, fue transformándose y en esa búsqueda encontré también que muchas personas también estuvieron con la misma intención y el mismo imaginario y posteaban fotos de que estaban ahí en Esparta, pero digamos que comienza a haber como esa influencia a raíz de las filmaciones.

Moderador: Y digamos respecto a lo que mencionas, eso es lo interesante, que los imaginarios no son algo estático, no son digamos una estructura como es el ideario, sino que los imaginarios se transforman así como la realidad vivida también cambia. Digamos, hoy este lugar puede ser así, pero en unos años puede cambiar, la representación que se hace del lugar en la película puede ser diferente, porque fue adecuada a otra época, entonces puede haber muchos cambios.

Participante 4: Yo quería decirte que en esa parte ese punto que acabas de tocar, de cómo varían los imaginarios, como lo percibe el que los está viendo y no lo conoce. Es diferente ver el tipo de film que muestra, digamos, las poblaciones, sus culturas y sus costumbres y que me parece muy bien y lo que tú dices al principio, de pronto la gente a nivel internacional ve a Colombia como un todo, pero cuando ven el tipo de películas sobre un área específica, muy específica del territorio, con unas costumbres muy particulares, va a ir en contradicción de pronto con lo que generalmente conocen de Colombia. & lastimosamente, lo que más ha proliferado a nivel internacional son las malas noticias y ver que los de narcos y entre otras cosas que la gente cree que todavía vivimos en una Narcodemocracia, narco no sé qué, en la época de la violencia, con todo este tema y que se ha, porque gracias a Dios, lo hemos ido superando, pero que todavía estas novelas han permanecido en el tiempo y la gente todavía va a creer que estamos en ese espacio. Y el ver esta imagen pues obviamente hay una ruptura ahí de ese imaginario inicial y decir wow hay otras cosas que ver en Colombia. Entonces digamos que el impacto para mí pues sería muy positivo porque pues le da la oportunidad a extranjeros que no conocen otros territorios de ver otras cosas positivas iguales que tenemos por mostrarles en el país.

Participante 5: Por lo menos también algo que he visto en Boyacá, es que Villa de Leyva y Monguí se han vuelto no solo en un destino para los turistas, sino para ir a grabar películas de época antigua, entonces por su arquitectura y por todo eso y ya se sabe que van a hacer alguna película, muy seguido hacen películas en esos municipios.

Moderador: Exactamente, es como mostrar el lugar como locación cinematográfica, digamos esa es una de las cosas, y la otra como destino turístico, entonces se gana por ambas partes.

Participante 6: Además de los paisajes que venden las películas, también el tema cultural, el tema de actividades, la música; por ejemplo, en esta película, pero también puede ser un arma de doble filo, porque para nadie es mentira que las películas cuando van a hablar de

Colombia, para allá es donde van los narcos, de donde sale la droga. A mí sí me da una rabia cuando yo veo que la película ahí Colombia, y ni siquiera es Colombia, es México, es otra ciudad, pero la película se refiere a Colombia porque de ahí es de donde sale la mejor droga.

Participante 4: Hay otra película puntual en ese caso, que me dio risa la primera vez que la ví creo que es con Arnold Schwarzenegger y muestran a Colombia, y muestra Bogotá y la muestran con camisa de flores y con chancletas como si fuera en la costa porque ni siquiera vinieron a filmar a Colombia, pero se hace referencia a que el tipo hace contacto con unos traquetos.

Participante 6: Es como otras culturas, otros países, nos están viendo a nosotros, creyendo que realmente es en Colombia.

Moderador: Digamos que es como ese estereotipo que Ciro Guerra, el director de L*os viajes viento,* ha querido cambiar. Él dice como "yo no quiero tapar el sol con un dedo", es verdad el país tiene una realidad y ha tenido una realidad pasada también, pero es digamos la forma en que se cuente esa historia, porque no sé si han visto la nueva película que se llama Pájaros de verano, y habla de todo el tema de la Bonanza Marimbera pero desde otra óptica, porque Ciro, como él dice, no está espectacularizando la violencia, sino que está contando la historia, contando la realidad, pero también mostrando toda la parte cultural, todas las cosas lindas, bellas que tiene Colombia para mostrar, para vender, y cambiar todo ese estereotipo. Además que tristemente, y es raro, el gran corpus de la obra cinematográfica colombiana está basado en un cine rural. Digamos la verdad es que la parte de narcotráfico y todo eso es más pequeña pero ha tenido más difusión, entonces es como tratar de cambiar eso también.

Participante 3: Pues es que digamos incluso en un tema de películas también, en esta que yo creo que todos han visto, "El todo poderoso" ahí sale Jim Carrey patrocinando a Colombia en un lado bueno, porque él dice "me quiero tomar un café" un café colombiano y él cree ser Dios, dice "el mejor de Colombia", entonces sale Juan Valdez y lo promocionan, entonces ahí se piensa como Colombia tiene café, esta clase de cosas como desde otra perspectiva diferente, de no solo la guerra, la violencia, las drogas.

Moderador: ¿Ustedes alguna vez han estado en alguna parte de la Región Caribe? ¿En qué sitios han estado? No sé si quieran mencionar su experiencia. Por uno puede, digamos la película muestra algo y uno dice como "ay que chévere este sitio, me llama la atención, o esta cultura se ve interesante, este personaje, que chévere la música, pero llegas al lugar y no es lo

que tú esperabas, lo que tenías en mente, entonces es chévere como contrastar esa percepción con la experiencia real en el territorio.

Participante 1: Una vez estuve buscando un palabrero por la Guajira, entonces terminé llegando con un líder, muy cerca del Santuario de flora y fauna de Los Flamingos y pues allá estuve unos días con él y todo eso y entonces cuando ví la película que fue después y el sombrerito pues que es un sombrerito wayuu, desde mi percepción la veía como totalmente ficción, nunca llegué a tener ningún tipo de imaginario porque la entendía totalmente como ficción.

Participante 6: Los paisajes no son 100% fieles, o sea el tema del desierto así, el desierto de la Guajira es muy diferente, encuentras vegetación, bastantes cactus, de pronto hay una parte muy pequeña en la que es 100%, pero no es así como el Sahara, que eso se ve que no se ve nada…que otra cosa iba a decir…los palafitos en la Ciénaga existen sí, pero creo que no es tan fácil el acceso entonces también uno se lleva como que chévere ir allá, pero ¿quién lo vende, es seguro, no es seguro? Nosotros que estamos a una hora por ejemplo no los conozco porque no sé cómo es el acceso. Van a construir un parador entre Barranquilla y Santa Marta, precisamente para tener un acceso a los palafitos, pero es un proyecto, o sea todavía no es una realidad.

Participante 4: Ahora, lo que yo veo es que esto es más hacia La Guajira, pero lo que tú dices es Ciénaga.

Participante 6: Sí eso es en Ciénaga en el Magdalena y ahí muestran la Sierra también y Valledupar, porque el acordeón, el Festival de la Leyenda Vallenata.

Moderador: Es que es grabada en un montón de locaciones, creo que son más de 80 locaciones.

Participante 4: De alguna manera esto es una leyenda, realmente, lo vemos en Escalona, en la novela, que la representaron muy bien y digamos es darle continuidad y mostrar esa tradición oral.

Moderador: Exactamente, se trata más de eso, porque digamos que Ciro Guerra basa su película en Francisco el Hombre, un personaje icónico que aparece también en "Cien años de soledad" y entonces él recrea un poco eso. Hablando con Diana Bustamante, que es la productora de la película, ella decía que la narrativa de la película surgió debido a toda la parte cultural de esa región. Ella decía como "lo hicimos basándonos en los juglares, pero si hubiéramos estado en Japón lo hubiéramos hecho basándonos en samuráis", entonces es como eso precisamente porque

es un personaje icónico y representativo de una región, entonces sería chévere que en la experiencia turística eso sea lo que se venda, que la gente empiece a asociar los lugares con ese tipo de personajes, con ese tipo de historias, de leyendas, que no se pierda eso.

Participante 6: ¿De cuándo es esa película?

Moderador: De 2009.

Participante 6: De 2009…Han pasado 10 años y ya debería haber un producto turístico creado alrededor de eso…El papa argentino, al mes ya en Argentina había una ruta de la casa donde él vivió, la iglesia donde él daba misa, el convento donde él…

Participante 4: Pero bueno el Papa… (risas)

Moderador: Pero es cierto, es una forma de aprovechar, ¿por qué no?

Participante 4: Bueno, la ruta de Gabo, Turismerk sí tiene caracterizada la ruta de Gabo en Santa Marta, y en parte de La Guajira e incluso de Barranquilla.

Participante 2: De hecho en Valledupar hay un producto turístico del vallenato y también está la declaratoria de la Unesco y existe un plan especial de manejo.

Moderador: Claro como patrimonio, el PES.

Participante 5: También hay una ruta de todos los restaurantes, es como vayan a comer bueno a todos los sitios, los que aparecen en el libro "Cien años de soledad" y es una ruta muy famosa que no se conoce casi acá en Colombia. Es una ruta gastronómica. Están los sitios donde se comió, donde fueron…

Moderador: Exactamente, se trata de crear productos que no involucren únicamente la parte visual, porque muchas veces también pasa que tu llegas al lugar y quedas maravillado con el paisaje, con lo que ves, pero más allá no, o sea no tienes un contacto más allá con la cultura, con la música, con la comida, como que todo termina reduciéndose a lo visual, que es precisamente más que todo lo que pasa cuando vemos una película, o sea nuestra percepción está completamente dominada por lo que vemos, en cambio en la experiencia debería ser un complemento, lo que vemos, lo que sentimos, lo que escuchamos. Entonces sí sería interesante crear un producto que reuniera todos esos atributos.

Participante 7: Es evidente la influencia del cine a nivel mundial. Por ejemplo, vemos lo de Woody Allen con las películas, no solo de New York, sino Paris y demás y todo lo que eso generó a nivel de turismo también…Barcelona, pues que aunque la película es más o menos insulsa frente a todas las otras, pero que realmente la historia recrea la ciudad y hace que hubiese

un movimiento turístico ahí. En ese marco, los quiero invitar porque en octubre vamos a tener el evento de: “Cine, lugares imaginados y turismo” que va a ser el 22 y 23 de octubre aquí en la Universidad Externado, lo estamos organizando y también María tú estás muy invitada al tema de ponencia, el resume para hacer ponencia y vamos a tener entre los invitados, probablemente, esté con nosotros Daniel Hiernaux que es un autor que ustedes han estado viendo ahora. Va a estar como uno de los ponentes invitados internacionales. Él viene de México. Entonces para que vean esta reflexión que está haciendo María, que es también muy interesante allá en esas discusiones que se van a dar.

Moderador: Bueno, no sé si cada uno quiera dar como su concepto, el concepto que cada uno tiene de imaginario y si en su experiencia han visto alguna película y los ha motivado a viajar a algún lugar y si lo han hecho.

Participante 5: Pues para mí el concepto de imaginario es como unir ese pensamiento de lo que yo creo que es a partir de imágenes o algo abstracto que me incita o que me motiva a crear algo diferente. Pues no tanto como una película o algo, pero sí ví muchas imágenes en un momento que se hizo famoso un lugar…El Peñón de Guatapé, entonces de ahí yo dije “tengo que ir” y fui y a partir de todo eso que ví muy seguido me dio la iniciativa para llegar a ese sitio.

Moderador: & ¿Coincidió tu percepción a partir de esas fotos cuando ya visitaste el lugar?

Participante 5: Sí, la verdad pues exactamente del Peñón sí, pero del resto como se veía no, creía que era mucho más grande.

Participante 6: Enfocado en los imaginarios hacia un lugar referente a una película, la película “Una noche en el museo”, hay una, dos y tres…sí pensaba tenía en mi imaginario que era un solo museo donde estaba toda la actividad que se refleja en la película y cuando viajamos no está en un solo museo. Hay uno que está en Washington, otro en Nueva York. En uno encontramos unas cosas, íbamos a buscar tal cosa…aquí no está. Entonces unas estaban en el del “Aire”, íbamos al Museo del Aire….no, esas están en el de “Tierra”. Entonces, tocó visitar como 6 museos para lograr tener algunos, porque no son todos, las esculturas o imágenes que están en la película en el viaje. Entonces, no se cumple al 100% la realidad del imaginario que uno tiene de la película.

Participante 7: ¿& el viaje fue motivado por la película?

Participante 6: Sí, fue motivado por la película. Uno era a Miami, a los parques de Orlando, pero como ya íbamos a estar allá…los museos, no sé qué. Nos fuimos hasta Washington y bueno no sabíamos que en Nueva York estaba la otra parte y terminamos llegando hasta Nueva York.

Participante 4: Imaginar a través de las películas, de las imágenes que llegan, de muchísimas películas. Yo pienso que ese ha sido el éxito de Hollywood, de Estados Unidos, de mostrar esos atractivos turísticos dentro de sus películas. Si tú ves los inicios de las películas, son panorámicas generales de las playas, de los sitios y luego comienza la película. Entonces, es una estrategia alineada pienso de mostrar las cosas bonitas que tiene cada destino y eso ha permitido despertar el interés de esos sitios, de esa industria del cine que es una aliada del tema turístico, y a nivel internacional también. Me gustan las películas que muestran por ejemplo Las Bahamas, un destino al que yo quiero ir, que muestran el tremendo hotel, la playa espectacular. Esas películas me motivan mucho.

Moderador: Respecto a lo que dices, precisamente el éxito de esa estrategia se basa en que es algo implícito, que se le vende a la gente por debajo. A ti no te están diciendo "ven y conoce tal sitio", sino que es algo totalmente sutil. Es algo completamente diferente a lo que pasa con el documental "Colombia Magia Salvaje", que es un documental muy chévere, muy lindo, pero digamos que la intención turística es completamente explícita.

Participante 2: Incluso con el tema de los imaginarios, también se ve que no es únicamente el destino o el territorio o visitar un atractivo en particular sino muchas veces tiene que ver también con la música, tiene que ver un poco digamos que a veces uno ve la película y ve un paisaje y entonces te ponen una canción asociada como a ese territorio, entonces a partir de estos otros complementos, o a veces la gastronomía, te vas haciendo como un imaginario un poco más amplio respecto a ese territorio. Yo creo que la construcción de un imaginario se basa pues en lo que uno visualiza a través de imágenes, fotografías, videos y demás, pero también con base en lo que uno ha vivido, en otras experiencias. Es un híbrido ahí entre lo que uno ha recorrido y ha conocido y uno dice bueno más o menos puede llegar a ser…Uno normalmente asocia, tiene a veces esa intención, ese mal quizá, de estar comparando, entonces uno a veces comienza a asociarlo "no pues se me parece a esta playa, no sé a las playas de Santa Marta o a las playas del Caribe y a partir de ahí entonces comienzas tú como a construir, ya cuando vas corroboras, muchas veces a mí me ha sucedido que superan las expectativas de lo que ya estoy

viviendo ahí a lo que ya tenía yo en un principio, y en otras ocasiones se queda corto. Yo creo que esa concepción de los imaginarios es más personal, más de cada uno y depende de nuestras vivencias también.

Moderador: Eso que dices es súper interesante, porque por eso también es tan complicado el estudio de los imaginarios, porque son algo totalmente subjetivo, entonces cambia de una persona a otra. Tú añades ese elemento que son las vivencias, porque la percepción que tenemos los seres humanos de las cosas es eso, es asociar elementos del presente con elementos del pasado y eso solo lo hace cada uno a nivel personal.

Moderador: Si no es un imaginario derivado del cine, ¿alguien quisiera contarnos su experiencia a partir de un imaginario derivado de un libro, de otra cosa?

Participante 1: De pronto en Tailandia, *Phi Phi Islands*, allá salió una película de Leonardo Di Caprio, pues allá la gente va a ese lugar, porque la película la grabaron allá una parte entonces es muy famosa por eso.

Participante 3: Me dejaste pensado en lo que decías de un libro. Hace mucho leí…digamos que mi imaginario en este momento es España, porque yo leí como tres tomos de una serie de un libro. Entonces hablaba de la vivencia delos adolescentes, pero más que la vivencia ellos nombraban lugares de España, entonces la estación del tren, la plaza principal, o sea todo era muy característico, muy detallado. Entonces eso a mí me creo como esa incógnita, cada vez que veía un lugar entraba a internet y lo miraba. Pues yo realmente quiero ir y hacer esa ruta del libro que leí, de todos los lugares, porque lo muestran desde una perspectiva diferente y no solo del tema de turismo sino desde la mirada de un adolescente. Entonces ese imaginario se crea también mediante los libros, lo que tú dices, por ejemplo lo de "Cien años de soledad" también, igual es muy específico y uno se imagina al llegar al lugar solo leyendo el libro y eso de crea esa necesidad de conocer el destino.

Moderador: Todo el tema de turismo literario porque esa es también otra rama que existe y en España está súper desarrollada. Entonces ya hay rutas de x libro no sé qué. Entonces sería chévere que aquí se hiciera eso. Lo que tú decías aquí ya está la de Macondo.

Participante 5: También en los videos musicales, que están más a la mano, lo que pasó con este video de "Gangman Style". Salieron imágenes de Corea entonces ya tuvieron muchísimas vistas con este video que se hizo viral, entonces también en eso podemos ver qué pasa.

Moderador: Claro que sí, y sería chévere…digamos que en Colombia todavía no se puede hacer un estudio que correlaciones las dos variables de cine y turismo porque no hay números representativos para hacer eso, como ya se ha podido hacer digamos en otros países, como mencionabas tú con Vicky, Cristina Barcelona, pudieron hacer el estudio porque había los suficientes datos y ya de verdad había sido algo pues contundente la influencia de esa película. Entonces sería chévere que con el paso del tiempo empezara a pasar lo mismo.

Participante 7: Claro que te cuento que con "El abrazo de la serpiente" parece ser que se han incrementado las visitas al Amazonas, aunque no confirmadas pero digamos que le actor que es Bolívar está viviendo en Amazonas y en Leticia, particularmente él vive en "Los Kilómetros" y digamos que muchos datos así súper fidedignos de estadística no hay, pero realmente digamos los chicos que son guías turísticos sienten que la película sí atrajo más gente, aunque digamos que hay un imaginario todavía como muy exotizado porque la gente pues va a llegar y no va a encontrar a Karamakate. Y a nivel de literatura sí en el mundo, por ejemplo, lo de Harry Potter que ha generado una serie de visitas, que a los lugares emblemáticos de Harry Potter, entonces yo leía hace unos días que una de las bibliotecas ya estaba siendo habilitada abiertamente para el turismo, porque la gente estaba en la búsqueda de encontrar todo lo que aquí se describe, y ya ellos lo reconocieron que hay un fenómeno turístico fuerte en relación con la saga de Harry Potter.

Moderador: Como con El Señor de los Anillos o Juego de Tronos. Sí es un arma de doble filo, cuando se empieza a promocionar, a promover tanto un lugar porque terminan acabando con todo.

Participante 6: Si no estamos preparados.

Moderador: Exacto, si no está planificado.

Participante 6: Si no hay planificación, si no estamos con capacidad de carga, con organización…se echa a perder.

Participante 8: Una pregunta, por ejemplo toda esa mano de películas que hacen alrededor del tema de coca, de narcos en Colombia y la mayoría de chicos que llegan a Colombia van preguntando dónde hay coca, entonces ahí sí hay datos…ahí sí se puede hacer el estudio.

Participante 7: Claro, además es como se ha promovido "Narcos" en el mundo y con una vallas gigantescas en los centros de las ciudades, una cosa impresionante y claro la gente cuando saben que uno es colombiano, y las mujeres colombianas…la relación hombre-mujer

etc…y cómo se da eso y "¿los hombres son así?" o sea eso genera indudablemente que Lonley Planet esté promoviendo dos o tres rutas en torno a Pablo Escobar.

Participante 9: A mí lo que me parece interesante de los imaginarios es lo que mencionaba Silva que tiene un efecto social y que digamos lo que mencionaba Marbel que con planeación los imaginarios pueden ser un instrumento para la planeación en el sentido que los imaginarios están vivos porque siempre cambian entonces tú puedes posicionar un destino a través de imaginarios y así mismo mercadear y hacer diferentes cosas a través de los imaginarios para vender lo que quieres y cómo quieres que te vean.

Moderador: Sí, que chévere eso que dices porque ya lo estás involucrando dentro de todo el proceso de planificación. Yo no tengo mucho conocimiento sobre eso, pero sí me gustaría saber si toman los imaginarios como elementos dentro de las políticas de planeación turística desde el Ministerio, digamos ya lo ven como un instrumento para aprovechar o todavía no es muy claro.

Participante 7: No yo no creo que sea tan obvio y claro.

Participante 3: Ahora que mencionas lo del Plan de turismo, tuve la oportunidad de leer el último, pero a nivel de Plan de desarrollo turístico de Bogotá, en ningún momento se menciona eso. Sí está el desarrollo turístico, los planes, pero en ningún momento se nombra el tema de imaginario, ni tampoco de pronto de las percepciones de las personas, o sea sí se da, se promueve el turismo obviamente, pero no se nombra nada entre 600 hojas sobre imaginarios.

Participante 6: Los planes normalmente hablan de mejora de infraestructura, de capacitación del talento humano y promoción del destino, pero entonces inmerso a eso está el imaginario porque si tú mejoras el parque, la iglesia, la catedral, tú le estás mejorando o llegando al imaginario de ese turista, para que llegue y encuentre un producto.

Moderador: Exactamente, esa es la intención, ver en el imaginario una herramienta de análisis

Participante 6: En ningún plan vas a encontrar que los imaginarios, que esto es basado en los imaginarios. Va a ser básicamente Infraestructura, Capacitación y Promoción.

Participante 7: Específicamente no se plantea, pero nosotros lo veíamos en una clase en relación con el tema de Valoración turística, es decir cómo la valoración turística de acuerdo con ciertos autores plantea la necesidad de que la valoración se haga interna, pero también externa: y a nivel ex situ que lo llaman ellos o externa están los imaginarios, las narrativas, los relatos que

hay sobre los lugares, sobre los atractivos y destinos turísticos y que se van a poner en valor, entonces poner en diálogo lo que hay con esos imaginarios.

Participante 6: Por eso se llenan las encuestas y se hacen a veces *focus group* para ver qué quieren o qué el turista creía que iba a encontrar, si lo que encontró era lo que tenía en mente, pensaba o le habían vendido, y con eso pues también se puede trabajar en la organización y en la planeación, que sería lo ideal pero…

Participante 5: Pero de pronto sí está la parte de imaginarios cuando se organiza el territorio por lo menos, que la gran tendencia es el Turismo comunitario, entonces se empieza a mirar que también desde ahí se puede hacer turismo comunitario, se empieza a adecuar, y todo eso por un imaginario que vieron ciertas características que se podían trabajar.

Participante 6: Eso sí, pero no queda por ningún lado escrito que es por el imaginario. Entonces sí es el mejoramiento que al final va a cumplir las expectativas del turista.

Anexo 5.

Cuestionario focus group

1. Género:
   a. Femenino
   b. Masculino
2. Edad:
   a. De 18 a 30 años
   b. De 31 a 40 años
   c. De 41 a 50 años
   d. De 51 a 60 años
   e. Mayor de 60 años
3. Nacionalidad:_____
4. Actividad actual:_____
5. ¿Ha visto la película, “Los viajes del viento”?
   a. Sí
   b. No
6. Señale el lugar o los lugares a los cuales ha viajado:
   a. Taroa, Punta Gallinas
   b. Serranía del Perijá
   c. Nabusímake
   d. Valledupar, Cesar
   e. Ciénaga Grande de Santa Marta
   f. Mompox

g. Ninguna de las anteriores

7. Así no hay viajado, ¿reconoce alguno de estos lugares en el film y qué percepción y concepción tiene acerca de ese lugar/lugares?_____
_____
8. ¿La imagen del lugar/lugares proyectados en pantalla coincide con la imagen percibida al conocer este lugar/lugares? Si difiere, mencione en qué forma.
9. ¿Se emocionó al estar en contacto con el lugar al que viajó? Si su respuesta es afirmativa, mencione los elementos que mayor emoción le causaron.
10. Indique su grado de satisfacción en general respecto a los servicios ofrecidos en el lugar/lugares señalados en la quinta pregunta:
    Insatisfactorios 1 2 3 4 5 Satisfactorios
11. ¿Qué elemento o elementos (puede señalar varios) le llaman más atención del film?
    a. Paisaje
    b. Música
    c. Historia
    d. Costumbre de los personajes
12. ¿La película lo motivaría a viajar a la Región Caribe Colombiana?
    a. Sí
    b. No
    c. Tal vez