



El futuro cercano del turismo

Leonardo Garavito-González
Diana Morales-Betancourt
Editores

Estudios sobre planificación y gestión

Universidad
Externado
de Colombia

LEONARDO GARAVITO-GONZÁLEZ
DIANA MORALES-BETANCOURT
Editores

**El futuro cercano
del turismo:
estudios sobre planificación
y gestión**

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

El futuro cercano del turismo : estudios sobre planificación y gestión / Daniela Pinilla Rodríguez [y otros] ; Leonardo Garavito González, Diana Morales Betancourt, editores. — Bogotá : Universidad Externado de Colombia. Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, 2022. — Primera edición.

270 páginas : ilustraciones, gráficos, fotografías ; 21 cm.

Incluye referencias bibliográficas.

ISBN: 9789587909036 (impreso)

1. Turismo -- Innovaciones tecnológicas – Colombia 2. Servicios de información en turismo – Colombia 3. Planificación turística – Colombia 4. Turismo cultural – Colombia 5. Turismo ecológico – Colombia 6. Comercio turístico – Colombia 7. Promoción de turismo – Colombia I. Garavito González, Leonardo, editor, autor II. Morales Betancourt, Diana, editora, autora III. Universidad Externado de Colombia. Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras IV. Título

338.4791 SCDD 21

Catalogación en la fuente -- Universidad Externado de Colombia. Biblioteca. Área de Procesos Técnicos.

septiembre de 2022

ISBN 978-958-790-903-6

- © 2022, LEONARDO GARAVITO-GONZÁLEZ
Y DIANA MORALES-BETANCOURT (Eds.)
© 2022, UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA
Calle 12 n.º 1-17 este, Bogotá
Tel. (+57) 601 342 0288
publicaciones@uexternado.edu.co
www.uexternado.edu.co

Primera edición: septiembre de 2022

Diseño de cubierta: Departamento de Publicaciones
Corrección de estilo: Javier Correa Correa
Diagramación: María Libia Rubiano
Impresión y encuadernación: DGP Editores S.A.S.
Tiraje: de 1 a 1.000 ejemplares

Impreso en Colombia
Printed in Colombia

Prohibida la reproducción o cita impresa o electrónica total o parcial de esta obra, sin autorización expresa y por escrito del Departamento de Publicaciones de la Universidad Externado de Colombia.

IMAGINARIOS TURÍSTICOS DE LOS VISITANTES AL DESTINO CABO DE LA VELA, LA GUAJIRA, COLOMBIA

MARÍA LAURA APONTE

INTRODUCCIÓN

El turismo es considerado un hecho social de relevada importancia a nivel mundial, ya que ha demostrado tener una estrecha relación con el desarrollo socioeconómico. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, OMT (2017), el crecimiento continuo y la amplia diversificación que el turismo ha experimentado en las décadas recientes lo han convertido en un jalonador determinante del crecimiento económico.

Para el caso colombiano, el turismo constituye un instrumento transformador hacia una cultura de paz, contribuyendo con ello al empoderamiento de las comunidades sobre sus territorios, al desarrollo sostenible de los destinos y, en últimas, siendo un multiplicador del crecimiento en otros sectores (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [Mincit], 2017).

Uno de los destinos turísticos considerados por el Mincit como una experiencia única para vivir en Colombia es el Cabo de La Vela, corregimiento perteneciente al municipio de Uribia, situado en el extremo norte del departamento de La Guajira, donde predominan los asentamientos de la comunidad wayúu (Fondo de Promoción Turística de Colombia, 2012).

Dicha experiencia única se nutre precisamente de la cosmovisión de la cultura Wayúu, indígenas que consideran la zona donde se encuentra el Cabo de La Vela como territorio sagrado, Jepira en su lengua nativa, que significa lugar donde los yoluja (espíritus difuntos) llegan para pasar a lo desconocido y donde los indios muertos encuentran sus casas (Perrin, 1976, p. 31).

El departamento de La Guajira, en su Plan de Desarrollo Turístico 2012–2015 (2012) contempla que “para La Guajira, se desglosaron los compromisos de competitividad en turismo bajo la visión de Eco y Etnoturismo” (p. 33). De esta visión se desprenden todas las narrativas llenas de relatos míticos, paisajes inigualables y riqueza cultural que expresan los escritos de promoción oficiales (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013); Secretaría de Desarrollo Económico, Oficina Departamental de Turismo (s.f.) y en las experiencias narradas por los promotores de turismo locales.

Sin embargo, la realidad del producto que ofrece el Cabo de La Vela no concuerda con todo lo anteriormente expuesto, pues es en el mismo Plan de Desarrollo Turístico de La Guajira 2012–2015 (2012), donde se expresa que la vocación del micro *clúster* turístico existente en ese territorio es más bien de turismo de sol y playa, turismo de recreación y descanso, lo que se ratifica en la débil oferta de actividades turísticas relacionadas con la cultura Wayúu. Los turistas al llegar al destino no encuentran ese intercambio cultural, ni relatos de usos y costumbres ancestrales; todo esto se evidencia en las narrativas de los agentes de viaje que hacen más visible lo relacionado con sol y playa que lo cultural, lo que puede incurrir en una experiencia turística que, si bien puede ser agradable para algunos visitantes, también puede dejar algunas insatisfacciones en otros.

Dichas insatisfacciones se reflejan también en los locales, quienes expresan que la información que las agencias de

viaje le otorgan al turista no contemplan datos relevantes relacionados con la cultura Wayúu y como consecuencia de ello algunos turistas se hacen una idea equivocada del destino, encontrándose anécdotas negativas como la manifestada por Elba Gómez (indígena y propietaria de la Ranchería Utta) quien cuenta que algunos visitantes en su interés de hacer fogatas nocturnas, al no encontrar madera para avivar la llama, tomaban el yotojoro (madera extraída del corazón del cactus), usado como material para la construcción de las viviendas.

En otros casos, las narrativas enfocadas en los paisajes prístinos no muestran la realidad de los hospedajes, por lo que algunos visitantes llegan al Cabo sin tener claridad de las condiciones del alojamiento y las limitaciones relacionadas con los servicios de agua, transporte, horarios de acceso a los restaurantes, entre otros.

Adicionalmente, las formas de ver y percibir el paisaje alimentan los imaginarios tanto de turistas como de la misma comunidad receptora, reafirmando su identidad y el arraigo socioterritorial. Sin embargo, no existe un trabajo colectivo de los locales en beneficio de un producto turístico a partir de los activos culturales y la cosmovisión Wayúu que armonice con los imaginarios de los visitantes, generados en su mayoría por las narrativas utilizadas para promocionar el Cabo de La Vela en las cuales se enuncia tímidamente el contexto cultural. En ese orden de ideas, la comunidad receptora se muestra indiferente ante la posibilidad de ofertar actividades turísticas relacionadas con sus usos y costumbres; ello puede estar relacionado con otras formas de entender el turismo, de aproximarse a él desde una perspectiva económica.

Lo anterior deja en entredicho la coherencia de la realidad cultural del territorio con las narrativas de sol y playa que, a fin de cuentas, son estimulantes de los imaginarios de los turistas que se deciden por este destino. Es en este desajuste entre la

realidad y los imaginarios que, por lo general, se construyen en los visitantes a partir de los diferentes idearios turísticos que referencia Hiernaux (2002) donde se observa que la visión del destino no es clara, pues los actores presentes en la actividad turística, tanto externos (entes gubernamentales, agencias de viajes) como locales (comunidad wayúu) y empresarios nacionales y extranjeros residentes en el Cabo de la Vela, no han logrado definir y poner en valor la cultura como centro de la actividad turística.

Es evidente entonces la necesidad de estudiar el fenómeno turístico en el Cabo de la Vela como un hecho que integra diferentes componentes socioculturales, económicos y ambientales en los imaginarios turísticos de los visitantes.

Por ende, a través de la investigación teórica y de campo realizada sobre imaginarios y experiencia turística, se pretende dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿Qué teorías se han construido sobre imaginarios e idearios turísticos que puedan ayudar a dilucidar las lógicas contemporáneas del turismo?, ¿Qué características distinguen al Cabo de la Vela como destino turístico?, ¿Cómo se construyen los imaginarios turísticos de los visitantes al destino Cabo de la Vela, La Guajira, Colombia?, ¿Cuáles son los imaginarios turísticos sobre el Cabo de la Vela que tienen sus visitantes antes de llegar a ese territorio?, ¿Cómo los imaginarios turísticos que tienen los visitantes antes de llegar al Cabo de la Vela se relacionan con la experiencia turística vivida?

METODOLOGÍA

Para obtener respuesta a los interrogantes propuestos en esta investigación se utilizó como estrategia un diseño metodológico que se caracteriza por emplear un enfoque mixto, representado por un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación que implican la recolección

y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias, producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno objeto de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

El estudio tomó como base la investigación de tipo etnográfica y deductiva. El objetivo es describir las motivaciones, expectativas y puntos de vista de los turistas que visitaron el Cabo de la Vela durante la Semana Santa del 2018 y de la comunidad wayúu que habita en ese territorio, mostrando todos los factores influyentes y contextualizando al entorno del fenómeno (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

El diseño de este estudio es transeccional debido a que la recolección de los datos se realizó en un solo momento, en un tiempo único, es decir, en la temporada de Semana Santa del año 2018, por el flujo de turistas que acuden a este destino (Hernández, Fernández y Baptista, 2014) y no experimental, pues el estudio se hizo sin manipular deliberadamente variables, observando los fenómenos en su ambiente natural.

INSTRUMENTOS DE ORDEN CUANTITATIVO UTILIZADOS

Encuestas

La encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos. La finalidad es obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida (López – Roldán y Fachelli, 2015). Se realizaron 140 encuestas (70 aplicadas antes de visitar el destino turístico (anexo 7) y 70 después de su visita (anexo 8), ambas aplicadas a la misma muestra). Las preguntas fueron de naturaleza subjetiva, donde se trató de averiguar los imaginarios e idearios que tenían los

turistas antes de visitar el Cabo de la Vela, en contraste con la experiencia vivida para determinar si había encuentros o desencuentros con las expectativas que tenían sobre el destino turístico y si esos imaginarios se concretaban en encuentros positivos o negativos.

Población

De acuerdo con la Cámara de Comercio de La Guajira (2017), durante 2017 se registraron cerca de 65.756 visitantes; 39.854 eran pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares y 25.902 eran viajeros extranjeros no residentes en Colombia. De este total se tomó como universo histórico a 2.351 turistas que visitaron el Cabo de la Vela (alojados en las rancherías Uta, Sauipa y Jarrinapi) en el primer trimestre del año inmediatamente anterior al trabajo de campo que se realizó en la Semana Santa del 2018.

INSTRUMENTOS DE ANÁLISIS DE ORDEN CUALITATIVO UTILIZADOS

Cartografía social

Con esta técnica dialógica se logró una interacción idónea con los estudiantes de la institución educativa Kamus>chiwou para determinar la existencia de la creencia de Jepira como territorio sagrado. La institución está ubicada en el Cabo de la Vela, aproximadamente a 1 kilómetro cerca a la vía que va hacia el Parque Eólico. Se establecieron cinco grupos de 4 jóvenes, se les entregaron los materiales necesarios para la realización del mapa del lugar y su reconocimiento en el espacio físico y cosmogónico en el cual consideraban que se encuentra el lugar sagrado.

Diario de campo

Con la implementación de este instrumento y a través de la observación fue posible tener una percepción más detallada

de los actores en la práctica de sus actividades turísticas, lo cual enriqueció la relación teoría–práctica de la investigación.

Por otro lado, la observación participante, caracterizada por generar interacciones sociales profundas *in situ* entre investigador e investigado, permitió un análisis más profundo del contexto estudiado, develando contenido relevante acerca de las experiencias que tienen los turistas al visitar este territorio sagrado wayúu.

Entrevistas

Las entrevistas aplicadas se rigen por los aspectos metodológicos utilizados en los escritos de Enríquez (2013) y Yanes (2013), quienes utilizan las entrevistas semiestructuradas para la recolección de información referente a los imaginarios sociales. Se aplicaron diecisiete (17) entrevistas a indígenas de la etnia wayúu, prestadores del servicio turístico (gastronómico, artesanal y representaciones culturales) y operadores de turismo con roles determinantes para obtener una visión holística del territorio y su relación con el turismo derivada de la comunidad local.

RESULTADOS

Construcción de los imaginarios turísticos de los visitantes al Cabo de la Vela, La Guajira, Colombia, antes de su visita.

Para examinar la construcción de los imaginarios que tenían los turistas antes de llegar al Cabo de la Vela y develar qué elementos, actores, fenómenos, narrativas e idearios influyen en la creación de los mismos, se aplicaron 70 encuestas cuyas preguntas fueron de naturaleza subjetiva. Igualmente, la codificación y tabulación general de los datos recolectados hicieron posible ordenar y agrupar de forma sistemática, coherente y sencilla toda la información encontrada en el estudio para ser confrontada a un previo análisis, obteniendo los siguientes resultados:

La muestra poblacional utilizada para la investigación evidenció que el 50% de los encuestados eran mujeres y el otro 50% hombres; el 64% eran jóvenes entre 19 y 25 años y el 36% eran adultos entre 26 y 65 años.

Los turistas que frecuentaron el Cabo de la Vela eran en su mayoría nacionales (72%) provenientes de grandes ciudades como Cali y Bogotá. Este perfil ciudadano del visitante se debe en gran medida a la necesidad que tiene la gente cosmopolita de conocer lugares ideales donde prevalece la naturaleza y la tranquilidad, elementos difíciles de encontrar en las ciudades; el 28% restante eran residentes de países como Alemania, Australia, Bélgica, Inglaterra, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Francia y Holanda.

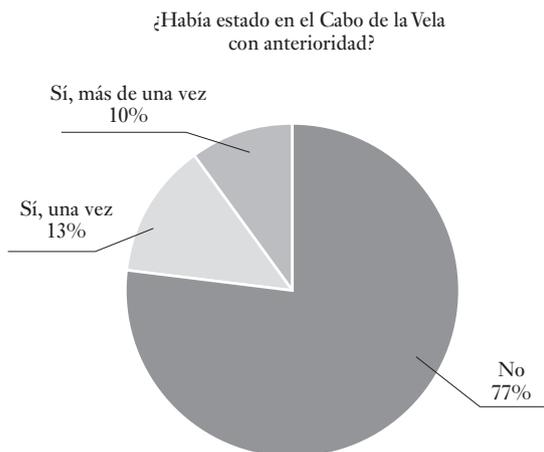
Entre la población objeto de estudio se encuentran principalmente estudiantes y profesionales de la medicina, docencia, ingeniería, entre otras profesiones. Más de la mitad de las personas encuestadas tienen una formación técnica o universitaria. Este perfil socioeconómico demuestra que el Cabo de la Vela es un destino turístico que llama la atención a las personas con un considerable poder adquisitivo. Por otro lado, el 47% de los turistas visitaron el Cabo de la Vela con amigos, el 34% con otro tipo de acompañantes (parejas, otros turistas, grupos de estudio), el 15% con la familia y el 4% solos.

Dentro de los hallazgos más importantes se encontró que una gran parte de los encuestados (31%), eran turistas que se enteraron de la existencia del Cabo de la Vela como destino turístico por medio de las agencias de viajes y comentarios de amigos que conocían el territorio. Asimismo las imágenes y creencias de los visitantes fueron construidas a partir del voz a voz y de enunciados escritos en las redes sociales. Frente a esto se puede reafirmar lo expresado por Arias y Alvarado (2015), quienes afirman que las narrativas consisten en poner

lo vivido en palabras, renombrando los acontecimientos para dar prioridad a los hechos vividos.

También se observó que solo un 13% de la muestra visitaba el lugar por segunda vez; esto indica que la gran mayoría de los turistas (77%) no suelen repetir su visita al destino.

Figura 1.
Visitas al Cabo de la Vela



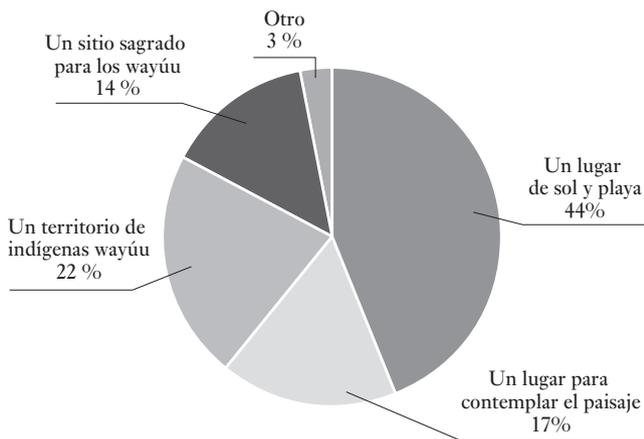
Fuente: Elaboración propia (2018).

Por otro lado, el imaginario previo que tienen los turistas nacionales y extranjeros que visitaron el Cabo de la Vela durante la Semana Santa del 2018 está relacionado con sol y playa (61%), lo cual reafirma el ideario del encuentro con la naturaleza y el deseo de contemplar del paisaje.

Adicionalmente, en algunos visitantes existen imaginarios asociados a los idearios que plantea Hiernaux: encuentro con el otro (31%), evadir la cotidianidad (16%) y la búsqueda de la felicidad (10%).

Figura 2.
Imaginarios del Cabo de la Vela

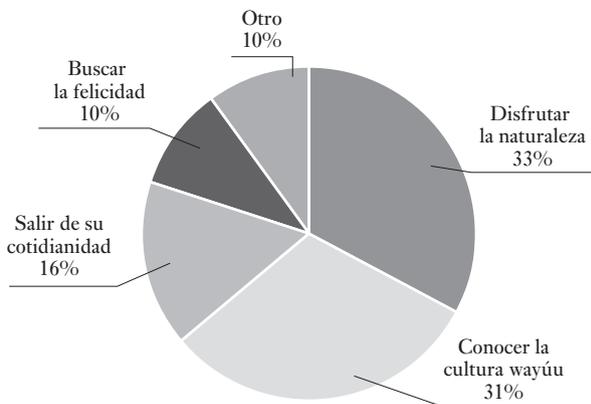
¿Al pensar en el Cabo de la Vela usted se imagina que es?



Fuente: Elaboración propia (2018).

Figura 3.
Idearios que motivaron la elección del destino turístico

De los siguientes aspectos
¿cuál(es) lo motivaron a elegir el Cabo de la Vela?



Fuente: Elaboración propia (2018).

Otro hallazgo importante para la investigación se obtuvo al agrupar los criterios homogéneos de la descripción sensorial relacionados en la Tabla 1. En el 91 % de las personas encuestadas antes de la visita al Cabo de la Vela predominaron olores, sabores, colores, sonidos e imágenes relacionados con el mar, la playa, el sol y el desierto, lo que señala una intención clara del turista de disfrutar estas bondades de la naturaleza guajira. En un segundo plano se devela el interés por la riqueza étnica y sociocultural de la región, lo cual se debe, posiblemente, a la fuerza motivadora de la publicidad en los medios de promoción turística y en las páginas webs de empresarios del país, de la región y de la misma localidad del Cabo.

Tabla 1.
Descripción sensorial del Cabo de la Vela antes de la visita

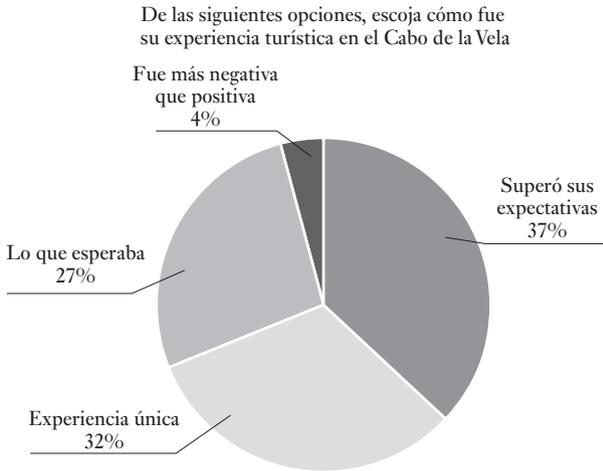
Olor		Sabor		Color		Sonido		Imagen	
Mar y sal	39%	Sal	40%	Azul	37%	Mar	49%	Playa y mar	31%
Pescado	31%	Pescado	34%	Amarillo	24%	Brisa	34%	Desierto	30%
Crema solar	23%	Camarones	10%	Naranja	23%	Aves	13%	Puesta de sol	19%
Plantas	6%	Langosta	7%	Marrón	14%	Vallenato	3%	Kitesurf	10%
Cactus	1%	Chivo	9%	Verde	1%	Tren	1%	Wayúu	6%
								Chinchorro	4%

Fuente: Elaboración propia (2018).

Experiencias vividas de los turistas en el Cabo de la Vela

Una vez los turistas visitaron el Cabo de la Vela, manifestaron que su experiencia fue única (32%), pues se movieron emociones y sensaciones que llevaron a la superación de las expectativas, reafirmando el deseo de volver. Este último respaldado por el “Sí volvería” del 81% de los encuestados, motivados principalmente por playas, paisajes y cultura Wayúu, implica la posibilidad de que recomienden a otras personas este destino, con lo cual se corrobora que “los imaginarios individuales se vuelven colectivos” (Hiernaux, 2002).

Figura 4.
Evaluación de la experiencia turística



Fuente: Elaboración propia (2018).

De igual manera, se logró descubrir a través de la aplicación del instrumento que el ideario del encuentro con la naturaleza no está únicamente relacionado con el paisaje verde, pues los turistas que visitaron el Cabo de la Vela encontraron en el paisaje desértico un lugar ideal para descansar y disfrutar de un entorno natural cargado de sol y playa, destacándose los atardeceres y el contraste de colores, olores y sabores que allí se encuentran.

Así mismo, la descripción que hacen los turistas después de su visita, a través de las mismas escalas sensoriales, indican que el 93% de los encuestados no solo reafirman lo expresado antes de vivir la experiencia en el destino, sino que sus imaginarios se concretan en la experiencia y se reafirman con mayor fuerza, tal como lo refiere un turista: “Las playas son descongestionadas y los paisajes parecen de mentiras porque son tan bellos como ningún otro lugar. Hay que cruzar un desierto para llegar allí” (tomado de Tripvisor 2017).

Tabla 2.
Descripción sensorial del Cabo de la Vela después de la visita

Olor		Sabor		Color		Sonido		Imagen	
Mar y sal	47%	Sal	46%	Azul	34%	Vientos	47%	Puesta de sol	31%
Playa y arena	31%	Pescado	33%	Naranja	33%	Olas	42%	Mar	26%
Pescado	17%	Camarones	7%	Dorado	27%	Aves	7%	Desierto	16%
Plantas	3%	Langosta	7%	Marrón	5%	Valle-nato	3%	Arena dorada	11%
Cactus	1%	Chivo	7%	Verde	1%	Tren	1%	Wayúu	9%
								Chinchorro	4%
								Amanecer	3%
	100%		100%		100%		100%		100%

Fuente: Elaboración propia (2018).

En cuanto al disfrute de la naturaleza, la riqueza paisajística de las playas del pilón de azúcar, el mar, el cielo estrellado y la puesta de sol señalan la contemplación del paisaje como una actividad turística relevante. Cabe agregar que después de la vista al Cabo de la Vela, los turistas piensan que este es un lugar ideal para conocer la cultura Wayúu y disfrutar de la naturaleza. Un 28% de ellos afirma haber compartido con la cultura Wayúu en el lugar de alojamiento, el 13% a través de los recorridos por los sitios turísticos, mientras que el 22% en todos los lugares visitados. 6% de la población objeto de estudio refiere no haber tenido contacto con la comunidad.

Interpretación de la experiencia turística y su relación con los imaginarios que los visitantes tenían antes de llegar al Cabo de la Vela

Las significaciones del territorio Cabo de la Vela expresadas mediante los mitos y las representaciones culturales son imprescindibles a la hora de convertir este lugar en un destino turístico cultural, no solo por el potencial turístico

que tiene sino porque a través del turismo se puede ayudar a incentivar el autorreconocimiento y la revalorización de los elementos que conforman la cultura Wayúu, ayudándola a mantenerse viva en un mundo que tiende a homogenizar culturas y paisajes.

Los datos recogidos mediante estas 140 encuestas demuestran que los imaginarios de los turistas antes de visitar el Cabo de la Vela suponen un lugar de “sol y playa”, lo que muestra el deseo de reencuentro con la naturaleza, ideario estimulado por las narrativas que expresan las agencias de viajes y otros actores del turismo local, regional y nacional a la hora de promocionar el destino. En la construcción de esos imaginarios, la misma comunidad receptora, en su rol de prestadora de servicios turísticos ofrece prioritariamente el disfrute del mar, la puesta de sol, el alojamiento y la alimentación. En un segundo plano queda la puesta en valor de la cultura Wayúu, sus mitos, usos y costumbres.

Una vez en el destino, el imaginario de los turistas, en algunos casos, se reformula por la conexión entre los ideales previos del visitante y las sensaciones o emociones que le genera el encuentro con ese lugar soñado, que además le da cuenta de la existencia de la cultura ancestral wayúu, enunciada de manera tímida en los paquetes turísticos y en la publicidad sobre La Guajira (figuras 5, 6 y 7). La suma de cultura y paisajes exóticos (como lo marcan algunos turistas y agencias de viajes) hacen del Cabo de la Vela una experiencia única, como lo han expresado distintos actores.

Figura 5.
Evidencias de la mayor promoción del tema de sol y playa



CABO DE LA VELA

© 11 📱 🌐

Tour al Cabo de la Vela

El **Tour al Cabo de la Vela** te lleva a conocer uno de los paisajes más impresionantes y hermosos que tiene Colombia. Un lugar ideal para deleitarse con la espectacular unión entre el desierto y el Mar Caribe. Cabo de la Vela Tour te brinda la oportunidad de vivir una maravillosa experiencia de viaje en compañía con la cultura y las tradiciones de los indígenas Wayuzá. En **Cabo de la Vela Tour** contemplaras la majestuosa puesta de sol sobre el mar Caribe desde el Faro en el Cabo de la Vela.

Fuente: Expotur (2018).

Figura 6.
Evidencias de la mayor promoción del tema de sol y playa



GUAJIRA TRADICIONAL

1 NOCHE / 2 DÍAS

El Cabo de la Vela es uno de los sitios más hermosos del país. Recorrido por las principales playas del lugar.

Desde:
\$289.608

[Más Información](#)

Fuente: Guajira Tours (2018).

Figura 7.
Evidencias de la mayor promoción del tema de sol y playa

QUÉ EXPECTATIVAS SE CREAN PARA LOS TURISTAS

Solera Travel

Visita a los lugares turísticos en el Cabo de la Vela: el ojo del agua, pilón de azúcar donde podrán disfrutar de las hermosas playas de arena dorada y el faro donde observarán un espectacular atardecer y alojamiento en el cabo de la vela en chinchorros.



Fuente: Elaboración propia de la investigadora con base en Solera Travel (2018).

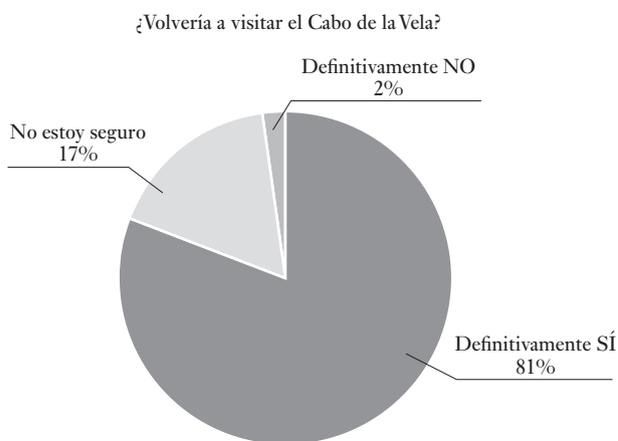
En otros casos se presentan desencuentros entre los imaginarios y la experiencia vivida por algunos visitantes al no tener la interacción cultural que esperaban. Aunque el visitante se siente motivado y curioso para conocer acerca de la cultura Wayúu, las actividades que quiere hacer y que después recomienda se limitan mucho a un turismo de contemplación del paisaje y evasión más que de intercambio cultural.

En gran medida, esto se debe a la oferta real que se encuentra en el lugar: comida típica del mar, posadas para relajarse y actividades de contemplación del paisaje; y al imaginario que se crea mediante experiencias familiares e imágenes materiales e inmateriales como explican Gravani y Graburn (2012), a fotografías, como señala Mella y Gandara (2015) y a las narrativas, que en su conjunto son lo que MacCanell (2003) llama marcadores. Estos elementos configuran y determinan este destino turístico bajo el modelo de un turismo de contemplación, donde el ideario predominante de

los visitantes según las categorías de Hiernaux (2002) son naturaleza y cultura.

Algunos turistas, de acuerdo con las encuestas, reconstruyen sus imaginarios a partir de las vivencias en el destino. Primero lo poético se vuelve realidad al descubrir la gran riqueza cultural, por lo que expresan el deseo de conocerla más profundamente, es decir, volverían (figura 16) a una noche de mitos u otras actividades relacionadas con la cosmogonía wayúu.

Figura 8.
Intención de los turistas de volver al Cabo de la Vela



Fuente: Elaboración propia de la investigadora (2018).

Esto sugiere una transformación de los imaginarios del Cabo de la Vela que reafirma el carácter cambiante expresado por Hiernaux (2002), Mujica (2010) y MacCanell (2003), la permanente remodelación, el carácter vivo y dinámico de los imaginarios.

Una muestra de esto es que, una vez visitado el Cabo de la Vela, principalmente se dice que es un lugar para desconectar de la cotidianidad y también un lugar sagrado, lo que confirma

la tesis de MacCanell (2003), la cual defiende que toda experiencia turística es una experiencia cultural. Los turistas, una vez han visitado el Cabo de la Vela, son más conscientes de la realidad social, cultural y económica de esta región.

La experiencia turística en el Cabo de la Vela es satisfactoria porque la oferta se corresponde con la imagen del destino (Gutiérrez, 2015) y con los ideales (Hiernaux, 2002). Aunque la estadía es efímera (Hiernaux 2012), el conjunto de narrativas, fotografías, videos perduran en el tiempo y construyen imaginarios individuales y colectivos que reproducen este modelo de turismo. Por este motivo, es imprescindible abordar los elementos que construyen los imaginarios, para definir un modelo turístico en el Cabo de la Vela que respete la cultura Wayúu y haga protagonista a esta comunidad como impulsora de un turismo sostenible.

Independientemente de que el turista sienta interés por contemplar el paisaje, disfrutar del sol y la playa o realizar actividades deportivas, en la decisión del viaje debe estar presente el deseo de conocer la cultura Wayúu o, por lo menos, saber que ese es un territorio indígena con características culturales precisas que obligan al respeto y a la protección de las tradiciones y del territorio.

Al contrario, alimentar un imaginario que reproduzca los estigmas culturales alrededor de los atrasos de las comunidades indígenas puede convertir a la comunidad wayúu en ese “otro” exotizado. Caer en esta acción reduce la cultura a un espectáculo folclórico y niega su carácter dinámico, el cual queda demostrado en la capacidad de resiliencia de las comunidades.

Lo expresado sugiere la necesidad de crear una estrategia para proteger y mantener viva la cultura, sin que la actividad turística le genere afectaciones negativas sino que, al contrario,

la refuerce y revalorice. Para esto es necesario ajustar la oferta turística de manera que corresponda con el imaginario que se quiere transmitir; es decir, que los visitantes no solo sean conscientes de que *Jepira* es un lugar sagrado, sino que lo vivan en la experiencia.

La actividad turística también genera cambios que no agradan a la comunidad, como los que señalaban algunos entrevistados como Caridad Brito, que explicaban la problemática de la basura, también señalada por algunos turistas; o como Rafael Mercado, que hacía referencia a la amputación que vive la cultura al ser mercantilizada y los cambios culturales que produce el *kitesurf*, sobre todo entre los jóvenes wayúu, situación planteada por varios entrevistados como Rosita Sánchez, Ediana Montiel o Antonio Ipuana.

Tal y como lo demuestran la experiencia de Puerto Vallarta (Gómez Nieves, 2005), Puerto Peñasco y Playa Rosario (Enrique Acosta, 2013), en México, si no hay un turismo planificado y organizado, como lo está intentando hacer la Asociación de Hospedajes y Restaurantes del Cabo de la Vela con el Acuerdo Comunitario, el turismo puede generar una pérdida de identidad y un desorden territorial. Así lo señala también Ordiales (2013) con el estudio de Puerto Vallarta (México) y Roses (España), quienes indican que es necesario revalorizar el patrimonio local considerando los actores locales. Y es que los imaginarios de los turistas y los imaginarios de los residentes locales, es decir, en este caso el imaginario de la comunidad wayúu, son diferentes Enríquez y Robles (2014).

Pese a lo anterior, los wayúu, como herederos de una mitología que habla de cuidar el territorio, mantienen la actitud protectora que les ha permitido conservar el Cabo como territorio sagrado asociado a *Jepira* que la fuerza segregadora del turismo no ha podido desplazar.

El posicionamiento de este territorio como destino turístico se debe a la iniciativa y al esfuerzo de la comunidad con la ayuda de los agentes de viajes de La Guajira y otras ciudades de Colombia; trabajo que no logra traducirse en la mejora de la accesibilidad, en los servicios básicos como el agua y la electricidad, los cuales todavía no llegan al territorio. Esto demuestra el apoyo que falta del Estado, lo que predomina en este territorio que alberga un patrimonio cultural y paisajístico único en el mundo, lo que pone en duda su sostenibilidad.

De la misma manera se observó que la actividad turística ha traído al territorio wayúu elementos positivos, como la posibilidad de que las familias que habitan en el Cabo tengan unos ingresos alternativos; sin embargo, se contemplan elementos negativos, como alteraciones culturales y ambientales consecuencia del flujo de turistas y la llegada de *alijunas* que, al ofrecer otras actividades como el *kitesurf*, convierten el lugar en un destino deportivo y de fiesta que es percibido por la comunidad wayúu como una amenaza constante que está cambiando la vocación del destino.

Lo anterior es quizás una de las causas por la cual la visión del destino no es clara, pues el Cabo es wayúu, pero a la vez es mar, es playa, es sol, es *kitesurf*, es descanso, es contemplación; esto se refleja en la forma y en los contenidos de los paquetes turísticos y en la promoción que hacen las agencias de viajes locales, regionales y nacionales para vender el lugar.

Otro hallazgo relevante de las encuestas radica en que las impresiones sensoriales contribuyen a reforzar el interés de una persona en algo o alguien, lo que es muy pertinente en el caso del turismo, ya que esto se configura en un elemento de motivación o en algunos casos de rechazo hacia un sitio determinado que, si bien es cierto, parte de que un imaginario individual puede llegar a ser colectivo. A partir de este trabajo de investigación se identifican y analizan imaginarios en

el antes y después de la visita al territorio relacionados con reacciones sensoriales: olor, sabor, color, sonido e imágenes.

Por lo tanto, para satisfacción del turista, lo imaginado antes del viaje coincide con la realidad, es decir, hay un encuentro entre las creencias que motivaron el viaje y las experiencias vividas durante la visita al Cabo, pues encontraron el mar y la playa soñada, los paisajes prístinos y como complemento un entorno representado por las personas de la etnia wayúu, quienes cumplen las veces de anfitriones y comunidad receptora, favoreciendo un intercambio cultural que le permite al turista conocer una de las culturas vivas más importantes de Colombia, calificando la visita al Cabo de la Vela como una experiencia única, que a su vez le genera inquietudes y sirve de motivo para un posible regreso al destino.

CONCLUSIONES

El posicionamiento del Cabo de la Vela como destino turístico se debe a la iniciativa y al esfuerzo de la comunidad y a la ayuda de los agentes de viajes de La Guajira como Solera Tavel, Guajira Tours y otras de Colombia, tales como Aviatur (oficina en Riohacha), Expotur, Turismerk (Santa Marta), entre otras. Sin embargo, su dinámica económica no se refleja en la mejora de la accesibilidad, en los servicios básicos como el agua y la electricidad que aún no llegan al territorio. Estas carencias ponen de manifiesto la falta de presencia del Estado en el lugar y arriesgan la sostenibilidad del territorio, el cual alberga un patrimonio cultural y paisajístico único en el mundo. La actividad turística ha traído al territorio wayúu elementos positivos, como la posibilidad de que las familias que habitan en el Cabo tengan unos ingresos alternativos; sin embargo, se contemplan alteraciones culturales y ambientales desprendidas del flujo de turistas y de la llegada de alijunas que, al ofrecer otras actividades como el kitesurf, convierten el lugar en un destino deportivo y de fiesta

En relación con los imaginarios previos a la visita al Cabo de la Vela, se afirma que son fruto de percepciones multisensoriales estimuladas por fotografías, afiches, videos promocionales de las agencias de viajes y turismo donde se resaltan con más fuerza los atributos geográficos y físicos (mar, arena, sol, playa, etcétera) del territorio, y por historias que a través del voz a voz narran quienes lo han visitado. Así, los imaginarios colectivos ayudan a posicionar o marcar el lugar como un destino principalmente para el encuentro con la naturaleza, dejando el aspecto cultural en un segundo plano. Resulta evidente la débil ilustración que sobre lo cultural del territorio tienen todos los actores del turismo, hecho que conlleva a que la riqueza cultural existente no sea un factor preponderante en la elección del destino.

Es así como el turista en su lugar de origen, al recibir información mediante fotografías, videos y otros medios, comienza a imaginar el Cabo con características publicitarias (mar azul, sol amarillo radiante). Estas percepciones se confirman en el momento de la visita a pesar de algunas ocasionales variaciones como la que tiene que ver con el color naranja de los atardeceres.

Esa percepción sensorial parte de una realidad geográfica extraordinaria que estimula al turista a crear imágenes de lo que va a ser su futura visita al destino, y cuando llega al territorio turístico se ve favorecida con la presencia del wayúu, etnia que enriquece el destino con sus creencias y costumbres, como anfitriones y como comunidad receptora, parte fundamental de la cadena turística.

Posteriormente, el turista finaliza su experiencia sorprendido al confrontar en su vivencia que ese encuentro soñado con la naturaleza (bellos paisajes de mar, puesta de sol y playas tranquilas de arena dorada) no solo se materializa, sino que supera la expectativa, enriqueciendo el imaginario y transformándolo

para motivar a otros, tal como lo enuncia el siguiente comentario de un turista después de su visita (Tripadvisor, 2017):

Las noches más increíbles de mi vida la viví allá, el paisaje era alucinante: una noche totalmente despejada, con la luna como única luz, el mar parecía un lago, muchas estrellas, que les puedo decir, vayan...

Por lo tanto, se determina que en los visitantes del Cabo de la Vela construyen imaginarios influenciados principalmente por las narrativas de las agencias de viajes y turismo, de los operadores y de las historias contadas por otros que han visitado el lugar, por el voz a voz y a través de las redes sociales donde publican las fotografías icónicas como el famoso Pilón de Azúcar y atardecer en el Cabo. Este tipo de imágenes transmiten la felicidad y la satisfacción de la experiencia vivida. Esos imaginarios también son estimulados por los distintos idearios que se mezclan entre sí, como el deseo del encuentro con el mar, con el sol y de disfrutar de una gastronomía propia del entorno, preparadas por los locales, anfitriones que hacen parte de una de las etnias más conservadas de Colombia, quienes son sus posaderos o anfitriones.

Finalmente, los imaginarios turísticos individuales que tenían los visitantes antes de ir al Cabo se concretan durante la experiencia vivida y se transforman en imaginarios enriquecidos por otras realidades del destino, convirtiéndolos en un medio para comunicar valores, prácticas y costumbres. Al mismo tiempo se convierten en una herramienta para facilitar la revalorización de otros recursos turísticos del Cabo de la Vela como la cultura, que puesta en valor para el turismo puede ampliar la oferta de actividades turísticas, estimulando en otros su viaje a ese lugar y el posible regreso de quienes han ido.

REFERENCIAS

- Arias Cardona, A. M. y Alvarado Salgado, S. V. (2015). Investigación narrativa: apuesta metodológica para la construcción social de conocimientos científicos. *CES Psicología*, pp. 171-181.
- Bogdan S. (1975). *Introduction to qualitative research methods: a phenomenological approach to the social sciences*. New York: J.Wiley.
- Cámara de Comercio de La Guajira (2017). *Informe Socioeconómico Sector Turismo Departamento de La Guajira*. Recuperado de: www.camaraguajira.org
- Enríquez, J. Á. (2013). Imaginarios sociales del turismo en dos ciudades del noreste de México: Puerto Peñasco y Playas de Rosarito. En E. M. Sáinz y M. A. García (Edits.), *Turismo e imaginarios* (págs. 145-195). Hermosillo, Sonora, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Sonora Norte.
- Expotur (2018). *Tour al Cabo de la Vela*. [Figura] Recuperado de: <https://expotur-eco.com/tour/tour-al-cabo-de-la-vela/>
- Gómez, S. (2005). *El desarrollo turístico imaginado. Ensayos sobre un destino mexicano de litoral*. Zapopan, Jalisco, México: Universidad de Guadalajara.
- Guajira Tours (2018). *Planes*. [Figura] Recuperado de: <https://www.guajiratours.com/>
- Gutiérrez, H. S. (2015). *Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador* [Tesis Doctoral]. Universidad de Cantabria.
- Hernández R.; Fernández C. y Baptista P. (2014). *Metodología de la investigación (6ta edición)*. México C.F. Mc Graw Hill Education.
- Hiernaux, D. (2002). Turismo e Imaginarios. En *Imaginarios Sociales y Turismo Sostenible* (p. 7-36). Costa Rica: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO.
- López – Roldán, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Recuperado de: https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf

- MacCannell, D. (2003). *El turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Madrid, España: Melusina.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo (Mincit). (01 de 02 de 2017). Turismo, paz y convivencia. Recuperado de Mincit: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=34045>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo (Mincit) (s.f.). Recuperado el 16 de octubre de 2017, de *Mincit*: http://www.mincit.gov.co/publicaciones/15734/posadas_turisticas_ya_cubren_veinte_departamentos_del_pais
- Mujica, E. (2010). La construcción de imaginarios a partir del turismo: Incidiendo en la valoración de los recursos turísticos y en el desarrollo sostenible de las comunidades. En De Myttenaere, D. & Bellón, E. (Ed.), *Desarrollo territorial y turismo: Una aproximación a partir de la valorización turística* (p. 239-262). Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Perrin, M. (1976). *El camino de los indios muertos: mitos y símbolos guajiros*. Caracas: Monte Ávila Editores.
- Secretaría de Desarrollo Económico, Oficina Departamental de Turismo (s.f.). *Guía turística. La Guajira*. Colombia: Tonos Editorial del Caribe.
- Silva, A. (2013). *Imaginarios, el asombro social*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Solera Travel (2018). *Tour al Cabo de La Vela*. [Figura] Recuperado de: http://soleratravels.com/solera/index.php?id_product=25&controller=product
- Tripadvisor (2017). *Descubre lo bueno que hay en el mundo*. [Figura] Recuperado de: <https://www.tripadvisor.co/>
- Yanes, G. (2013). Habitando las ciudades del turismo: estudio de caso de dos ciudades del turismo de sol y playa a partir de los imaginarios. En *Turismo e Imaginarios* pp. 197-226. Hermosillo, Sonora, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Sonora Norte.



Editado por el Departamento de Publicaciones
de la Universidad Externado de Colombia
en septiembre de 2022

Se compuso en caracteres Ehrhardt de 12 puntos
y se imprimió sobre Holmen Book Cream de 60 gramos
Bogotá, Colombia

Post Tenebras Spero Lucem

Este libro ofrece una selección de trabajos finales de grado destacados por su calidad académica. El objetivo de esta publicación es dar visibilidad, reconocer y estimular las habilidades de investigación de nuestros estudiantes egresados y, a través de ellos, de los equipos de directores, tutores, evaluadores, metodólogos, docentes y funcionarios administrativos que apoyan su realización.

La diversidad de los trabajos incluidos, cinco de pregrado y cuatro de maestría, ofrecen una variedad temática y metodológica con un valor pedagógico relevante para los actuales y futuros estudiantes en su aprendizaje y apropiación de la tarea investigativa. En efecto, los temas abordados resaltan gran cantidad de perspectivas alrededor de la investigación turística.

Estos contenidos, más que una referencia, pueden ser una fuente de inspiración para los jóvenes investigadores del turismo desde puntos de vista sociales, culturales, ambientales y territoriales, entre otros.

