



**UNIVERSIDAD DE DEUSTO**

**INSTITUTO DE ESTUDIOS DEL OCIO**

**Programa de Doctorado en Ocio y Desarrollo Humano**

**MODELO DE ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD SOCIAL A TRAVÉS DE  
LAS EXPERIENCIAS DE OCIO Y TURISMO EN ESPACIOS  
CULTURALES NATURALES**

**EL CASO DEL OCIO TURÍSTICO COMO GENERADOR DE IDENTIDAD  
COLECTIVA EN EL PAISAJE NATURAL Y CULTURAL CAFETERO -  
MUNICIPIO DE SALENTO-QUINDÍO-COLOMBIA**

**Investigación presentada por: Doña Luz Mary Zuluaga Salazar**

**Dirigida por: Dra. Ana Goytia Prat**

**Co Dirigida por: Dr. Roberto San Salvador del Valle Doistua**



**UNIVERSIDAD DE DEUSTO**

**INSTITUTO DE ESTUDIOS DEL OCIO**

**Programa de Doctorado en Ocio y Desarrollo Humano**

**MODELO DE ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD SOCIAL A  
TRAVÉS DE LAS EXPERIENCIAS DE OCIO Y TURISMO EN  
ESPACIOS CULTURALES NATURALES**

**EL CASO DEL OCIO TURÍSTICO COMO GENERADOR DE IDENTIDAD  
COLECTIVA EN EL PAISAJE NATURAL Y CULTURAL CAFETERO -  
MUNICIPIO DE SALENTO-QUINDÍO-COLOMBIA**

**Tesis doctoral presentada por: Doña Luz Mary Zuluaga Salazar**

**Dirigida por: Dra. Ana Goytia Prat**

**Co Dirigida por: Dr. Roberto San Salvador del Valle Doistua**

**La directora**

**El codirector**

**La doctoranda**

**Deusto-Bilbao, a 24 de Junio del 2017**



## Dedicatoria

Dedico esta tesis principalmente a Dios, por haberme permitido llegar hasta esta instancia tan importante para mi formación profesional y personal.

A mis padres que aunque no están, fueron el soporte por su cariño y apoyo incondicional, para ellos hubiese sido muy grato poder compartir este momento, porque siempre estaban junto a mí en estos acontecimientos.

A mi esposo, compañero inseparable en cada uno de los trayectos de mi vida, a mis hijos, César Tulio y María Fernanda, quienes siempre han estado conmigo, a Juan Martín que ha alegrado nuestro hogar, a mis hermanas, que han estado apoyándome en cada momento.

A Oscar y a Lina María que me han dado la mano en los momentos que los he necesitado.

A mi equipo de trabajo: María Inés, Ligia Inés, Daniel, Martha Yolanda, y a Rosita quien siempre estuvo pendiente de nosotros.

A Don Carlos, como rector que ha sido incondicional y siempre me ha brindado su apoyo.

A mis compañeros de colegio, que de una u otra forma, me apoyaron.

A todos aquellos amigos y demás familia que hicieron posible el logro de esta meta.

Luz Mary Zuluaga Salazar

## Agradecimientos

Mis más sinceros agradecimientos a Luis Guillermo Jaramillo y a Jorge Alberto López quienes siempre me animaron para este proyecto.

A Rubiel por su entrega incondicional.

A César Tulio por estar siempre pendiente de qué hay que hacer y responder inmediatamente.

A María Fernanda por la seriedad que le imprime a todo lo que hace buscando siempre la perfección.

A Oscar por acompañarme a todos los sitios por lejos que fueran.

A Juan Martín por la alegría que ha traído a nuestro hogar.

A mi familia por su entrega y ánimo para acompañarme siempre, así no estuvieran de acuerdo, por las ausencias continuas.

A mis tutores la Doctora Ana Goytia Prat y el doctor Roberto San Salvador del Valle Doistua, por compartir conmigo sus saberes y guiarme por los caminos de la academia.

A mis compañeros de camino: María Inés, Ligia Inés, Daniel y Martha Yolanda por su entrega en los momentos que más los necesite.

A los nativos y residentes de Salento, quienes fueron muy importantes por lo aportes e información que suministraron en las entrevistas y fuera de ellas.

A Jaime Arias por ofrecernos su espacio para las tertulias que allí se realizaron.

Al señor alcalde por abrirnos las puertas del municipio y demás funcionarios de su gabinete que siempre estuvieron atentos a recibirnos.

## Resumen

La tesis nace de la reflexión sobre dos conceptos interrelacionados. En primer lugar, de los beneficios del ocio en la promoción del desarrollo humano y por ende, de una adecuada calidad de vida, y concretamente en la función simbólica del ocio (Sue, 1980), más específicamente en el ocio como factor de desarrollo de la identidad social. En segundo lugar, de la importancia que adquiere la forma en que se concibe la relación entre el hombre, la naturaleza y el paisaje. La hipótesis de partida defiende que la forma en cómo se conciba la relación del hombre con la naturaleza y la idea que se tenga del paisaje como espacio de ocio, así como la manera en que hombre y naturaleza interactúan en la vivencia del ocio tiene un potencial beneficioso para las comunidades en cuanto que no sólo favorece el cambio de los estilos de vida de los habitantes sino que refuerza su identidad y sentido de comunidad. La tesis busca comprender los sentidos y beneficios que tienen las vivencias de ocio en espacios naturales específicos, concretamente en los espacios culturales naturales que se han desarrollado como destinos turísticos. El objetivo general de la tesis es diseñar un modelo para analizar el potencial de la vivencia de ocio en la construcción social del sujeto (identidad colectiva y sentido de comunidad) en espacios naturales y culturales que se han desarrollado turísticamente. La tesis se desarrolla bajo el enfoque metodológico de cualitativo de la Complementariedad Etnográfica y de la técnica del análisis del discurso.

La tesis se estructura en cinco capítulos. Tras el capítulo I en el que se hace el planteamiento de la tesis, el capítulo II incluye el marco teórico sobre la relación entre la identidad social, el ocio y el turismo en paisajes culturales naturales. A partir de la revisión conceptual, el capítulo III plantea el Modelo para el análisis de la identidad social del sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios culturales naturales. El modelo se compone de cuatro dimensiones: D1: Construcción social del Sujeto; D2: Entorno ambiental ecológico; D3: Participación en actividades de ocio-turismo; y D4: Beneficios del ocio. Las variables explicativas de cada una de las cuatro dimensiones se fundamentan en el análisis del discurso de los agentes implicados en el ocio y el turismo del Paisaje Cultural Cafetero en el Municipio de Salento-Quindío. Éstas se presentan en el Capítulo IV: Aplicación del modelo en el paisaje natural cultural de Salento. Finalmente, el capítulo V se discuten los resultados obtenidos con las propuestas por la teoría formal, y se plantean las conclusiones y líneas de futuro.



## Tabla de contenido

<b>CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO GENERAL DE LA TESIS.....</b>	<b>1</b>
<b>1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>2. INTERÉS Y UTILIDAD DEL TEMA .....</b>	<b>10</b>
<b>3. OBJETIVOS .....</b>	<b>11</b>
3.1. OBJETIVO GENERAL.....	11
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	12
3.3. OBJETIVOS OPERATIVOS.....	12
<b>4. METODOLOGÍA .....</b>	<b>12</b>
4.1. PRE-CONFIGURACIÓN: ÁMBITO DE ESTUDIO Y DEFINICIÓN DE LA MUESTRA.....	15
4.1.1 <i>El contexto sociocultural: El Paisaje Cultural.</i> .....	15
4.1.2 <i>Los sujetos del estudio. Universo y muestra.</i> .....	20
4.2. CONFIGURACIÓN .....	22
4.2.1 <i>Aproximación metodológica para la configuración del modelo.</i> .....	23
4.2.2 <i>Aproximación metodológica para la identificación de variables para la medición de los significados que un espacio cultural puede tener en la identidad colectiva y en el sentido de comunidad</i> .....	24
4.3 RE-CONFIGURACIÓN DE LA REALIDAD .....	25
<b>CAPÍTULO II. LA RELACIÓN ENTRE LA IDENTIDAD SOCIAL, EL OCIO Y EL TURISMO EN PAISAJES CULTURALES .....</b>	<b>27</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>28</b>
<b>PARTE I IDENTIDAD, PATRIMONIO Y PAISAJE CULTURAL. DEFINICIÓN E INTERRELACIONES .....</b>	<b>31</b>
<b>1. DIFERENTES APROXIMACIONES AL CONCEPTO DE IDENTIDAD.....</b>	<b>31</b>
1.1 IDENTIDAD COMO CONCIENCIA INDIVIDUAL (SELF). .....	31
1.2. IDENTIDAD COMO CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL SUJETO.....	33
1.2.1 <i>La Teoría de la Identidad Social (TIS)</i> .....	34
1.2.2 <i>Teoría de la Auto-Categorización del Yo (TAC) e identidad social</i> .....	36
1.3 LA IDENTIDAD COLECTIVA COMO HERENCIA Y CREACIÓN DE UN GRUPO O NACIÓN.....	37
<b>2. LA IDENTIDAD CULTURAL.....</b>	<b>42</b>

<b>3. PATRIMONIO CULTURAL .....</b>	<b>45</b>
3.1. PATRIMONIO MUEBLE E INMUEBLE .....	47
3.2 PATRIMONIO INMATERIAL.....	50
3.3. PAISAJE CULTURAL .....	51
<b>4. LA RELACIÓN ENTRE CULTURA, IDENTIDAD COLECTIVA, PATRIMONIO INMATERIAL Y PAISAJE CULTURAL .....</b>	<b>53</b>
4.1. CULTURA E IDENTIDAD COLECTIVA: PAREJA INDISOLUBLE PARA COMPRENDER EL PATRIMONIO DE UNA REGIÓN. ....	54
4.2. CULTURA, PATRIMONIO INMATERIAL Y PAISAJE CULTURAL COMO ELEMENTOS IMPORTANTES EN LA CONSTRUCCIÓN DE UNA IDENTIDAD COLECTIVA. ....	55
<b>PARTE II. LA RELACIÓN ENTRE EL TURISMO, EL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL Y LA IDENTIDAD COLECTIVA. ....</b>	<b>57</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN A LA RELACIÓN ENTRE LA IDENTIDAD COLECTIVA, EL PATRIMONIO Y EL TURISMO .....</b>	<b>57</b>
<b>2. PATRIMONIO E IDENTIDAD COMO RECURSOS TURÍSTICOS.....</b>	<b>58</b>
2.1. TURISMO PATRIMONIAL, UN SUB-SEGMENTO DEL TURISMO CULTURAL.....	60
<b>3. DIFERENTES PERSPECTIVAS DE LOS EFECTOS DEL TURISMO EN LA IDENTIDAD COLECTIVA.....</b>	<b>62</b>
3.1 PERSPECTIVA NEGATIVA: EL TURISMO COMO AMENAZA PARA LA IDENTIDAD COLECTIVA. ....	62
3.2 PERSPECTIVA POSITIVA: EL TURISMO COMO OPORTUNIDAD PARA LA IDENTIDAD COLECTIVA .....	64
3.3 PERSPECTIVA POLÍTICO-INSTITUCIONAL: EL VALOR POLÍTICO DE LA IDENTIDAD EN EL TURISMO.....	66
3.4 PERSPECTIVA EMPRESARIAL: LA IDENTIDAD Y EL PATRIMONIO INMATERIAL COMO PRODUCTO .....	68
3.5 PERSPECTIVA SOCIO-COMUNITARIA: EL OCIO Y SU RELACIÓN CON EL TURISMO VIVENCIAL COMO UN APOORTE A LA IDENTIDAD COLECTIVA.....	69
<b>4. BENEFICIOS PERSONALES DEL OCIO TURÍSTICO.....</b>	<b>70</b>
<b>5. BENEFICIOS SOCIALES DEL OCIO .....</b>	<b>71</b>
5.1. PERSPECTIVA DEL USUARIO: EL PAPEL DE LA IDENTIDAD Y EL PATRIMONIO INMATERIAL EN LA VIVENCIA DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS AUTÉNTICAS.....	72
<b>CAPÍTULO III. MODELO PARA EL ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD SOCIAL DEL SUJETO A TRAVÉS DE LAS EXPERIENCIAS DE OCIO Y TURISMO EN ESPACIOS CULTURALES NATURALES .....</b>	<b>79</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>80</b>

1.1 ANÁLISIS EMPÍRICO DE LA IDENTIDAD COMO CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL YO.....	81
1.1.1 <i>Dimensión cognitiva de la identidad como construcción social del yo: Auto-caracterización</i> .....	82
1.1.2 <i>Dimensión afectiva de la identidad como construcción social del yo</i> .....	84
1.2. ANÁLISIS EMPÍRICO DE LA IDENTIDAD COMO GRADO DE IDENTIFICACIÓN E INTERDEPENDENCIA CON EL GRUPO.....	85
1.3. ANÁLISIS EMPÍRICO DE LA IDENTIDAD COMO GRADO DE PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES.....	88
1.4. ANÁLISIS EMPÍRICO DE LA IDENTIDAD COMO ADHERENCIA A UN PARTIDO O IDEOLOGÍA .....	89
<b>2. MODELO PARA EL ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD SOCIAL DEL SUJETO A TRAVÉS DE LAS EXPERIENCIAS DE OCIO Y TURISMO EN ESPACIOS NATURALES Y CULTURALES .....</b>	<b>92</b>
2.1. ANTECEDENTES .....	92
2.2. APORTACIONES DEL MODELO A LOS ESTUDIOS EMPÍRICOS A LA IDENTIDAD COMO CONSTRUCCIÓN SOCIAL .....	93
2.3. PLANTEAMIENTO CONCEPTUAL DEL MODELO .....	94
<b>3. DEFINICIÓN DE LAS DIMENSIONES QUE COMPONEN EL MODELO PARA EL ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD SOCIAL DEL SUJETO A TRAVÉS DE LAS EXPERIENCIAS DE OCIO Y TURISMO EN ESPACIOS NATURALES Y CULTURALES .....</b>	<b>95</b>
3.1. DIMENSIÓN 1. CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL SUJETO.....	97
3.2 DIMENSIÓN 2. ENTORNO AMBIENTAL-ECOLÓGICO EN ESPACIOS CULTURALES NATURALES.....	98
3.3. DIMENSIÓN 3. LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD COLECTIVA A TRAVÉS DE LA PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES OCIO-TURISMO. ....	101
3.4. DIMENSIÓN 4. LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD COLECTIVA COMO BENEFICIO DEL OCIO.....	106
<b>CAPÍTULO IV. APLICACIÓN DEL MODELO EN EL PAISAJE NATURAL CULTURAL DE SALENTO.....</b>	<b>107</b>
<b>DISCUSIÓN DE RESULTADOS. ....</b>	<b>107</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>108</b>
<b>2 PAISAJE CULTURAL CAFETERO EN SALENTO COMO PRODUCTO TURÍSTICO EXPERIENCIAL .....</b>	<b>109</b>
2.1 CONTEXTO EXTERNO. EL PAISAJE CULTURAL CAFETERO .....	109
2.2. ANÁLISIS INTERNO. ELEMENTOS Y RECURSOS QUE CONFIGURAN EL PAISAJE NATURAL Y CULTURAL EN SALENTO COMO ESPACIO DE OCIO Y TURISMO .....	110
2.2.1 <i>Entorno geográfico. Territorio: situación y rasgos.</i> .....	110
2.2.2 <i>Reseña histórica.</i> .....	111
2.2.3 <i>Descripción Física.</i> .....	113
2.2.4 <i>Datos físico-territoriales.</i> .....	113

2.2.5 Composición socio-demográfica.....	113
2.2.6 Estructura política.....	113
2.2.7 Realidad socio-educativa.....	114
2.2.8 Recursos turísticos.....	115
2.2.9 Características socio-económicas: sitios visitados.....	117
<b>3. ELEMENTOS DE LOS ANTERIORMENTE IDENTIFICADOS QUE ESTÁN RELACIONADOS CON LAS VIVENCIAS DE OCIO EN EL PAISAJE NATURAL Y CULTURAL DE SALENTO.....</b>	<b>120</b>
<b>4. LA POTENCIALIDAD DE LA OFERTA DE OCIO EN EL PAISAJE NATURAL Y CULTURAL COMO FACTOR TRANSFORMADOR DE LA IDENTIDAD COLECTIVA DE LOS POBLADORES DEL MUNICIPIO DE SALENTO .....</b>	<b>122</b>
<b>5 IMPLICACIONES DEL TURISMO EN EL PAISAJE NATURAL Y CULTURAL DE SALENTO SOBRE LA IDENTIDAD COLECTIVA DE SUS POBLADORES.....</b>	<b>125</b>
<b>6. PROPUESTA DE VARIABLES PARA LA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA DE LAS DIMENSIONES DEL MODELO PARA EL ANÁLISIS DE LA IDENTIDAD SOCIAL DEL SUJETO A TRAVÉS DE LAS EXPERIENCIAS DE OCIO Y TURISMO EN ESPACIOS CULTURALES NATURALES. ....</b>	<b>132</b>
6.1 DIMENSIÓN 1: VARIABLES PARA MEDIR LA DIMENSIÓN DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD SOCIAL DEL SUJETO .....	132
6.2 DIMENSIÓN 2: ENTORNO AMBIENTAL- ECOLÓGICO EN ESPACIOS CULTURALES NATURALES .....	135
6.3 DIMENSIÓN 3: PARTICIPACIÓN EN LA VIVENCIA DEL OCIO EN CONTEXTOS TURÍSTICOS .....	138
6.4 DIMENSIÓN 4: BENEFICIOS Y OTRAS IMPLICACIONES DE LA VIVENCIA DEL OCIO EN CONTEXTOS TURÍSTICOS.....	140
<b>7. DISCUSIÓN DE RESULTADOS. COMPARACIÓN DE LAS VARIABLES DERIVADAS DE LA TEORÍA FUNDAMENTADA CON LAS PLANTEADAS POR LA TEORÍA FORMAL.....</b>	<b>145</b>
7.1 DIMENSIÓN 1: ANÁLISIS DE VARIABLES PARA MEDIR LA DIMENSIÓN DE CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL SUJETO DE LA IDENTIDAD SOCIAL A TRAVÉS DE LAS EXPERIENCIAS DE OCIO EN ESPACIOS CULTURALES NATURALES .....	146
7.2 DIMENSIÓN 2: VARIABLES PARA MEDIR LA DIMENSIÓN DEL ENTORNO AMBIENTAL- ECOLÓGICO DE LA IDENTIDAD COLECTIVA ...	149
7.3 DIMENSIÓN 3: VARIABLES PARA MEDIR LA DIMENSIÓN DE PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES DE OCIO .....	153
7.4 DIMENSIÓN 4: VARIABLES PARA MEDIR LOS BENEFICIOS DEL OCIO EN LA GENERACIÓN DE LA IDENTIDAD COLECTIVA .....	156
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y LÍNEAS DE FUTURO .....</b>	<b>159</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>160</b>
<b>2.CONCLUSIONES.....</b>	<b>161</b>

2.1. ANÁLISIS DE LAS HIPÓTESIS .....	162
<b>3. LIMITACIONES DE LA TESIS.....</b>	<b>163</b>
<b>4. LÍNEAS DE FUTURO .....</b>	<b>164</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>165</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>177</b>
<b>ANEXO 1. ENCUESTA DE POBLACIÓN DEL MUNICIPIO DE SALENTO. NATIVOS Y RESIDENTES.....</b>	<b>178</b>
<b>ANEXO 2. ENCUESTA DE POBLACIÓN. FUNCIONARIOS ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL. ....</b>	<b>180</b>

## Índice de tablas

Tabla 1. Resumen de beneficios de la experiencia de ocio según Cohen (1991).	2
Tabla 2. Universo y muestra.	22
Tabla 3. Estructura de la tesis en cuanto a cumplimiento de objetivos específicos.	23
Tabla 4. Variables explicativas de la identidad desde diferentes paradigmas.	40
Tabla 5. Variables explicativas de la identidad como cultura.	44
Tabla 6. Principales impactos del turismo a nivel socio-cultural	66
Tabla 7. Variables que explican los Beneficios del Ocio	78
Tabla 8. Algunas mediciones representativas de la Identidad entendida como categorización del Self	83
Tabla 9. Algunas mediciones representativas de la Identidad entendida como categorización del Self (cont.)	84
Tabla 10. Algunas mediciones representativas de la Identidad entendida como categorización del Self (cont.)	86
Tabla 11. Algunas mediciones representativas de la Identidad entendida como identificación	88
Tabla 12. Algunas mediciones representativas de la Identidad entendida participación en actividades	89
Tabla 13. Algunas mediciones representativas de la Identidad entendida adherencia a un partido o ideología	90
Tabla 14. Población por grupos de edad año 2010	114
Tabla 15. Proyección de Población	115
Tabla 16. Establecimientos educativos y sus niveles académicos	116
Tabla 17. Atractivos turísticos. Parque, museos y reservas	117
Tabla 18. Análisis comparativo de variables para medir la dimensión construcción social del sujeto la identidad social a través de las experiencias de ocio en espacios culturales naturales	147
Tabla 19. Análisis comparativo de variables para medir dimensión entorno ambiental-ecológico de la identidad social a través de las experiencias de ocio en espacios culturales naturales. Fuente: Elaboración propia	152
Tabla 20. Participación en actividades de ocio e identidad social a través de las experiencias de ocio y turismo.	155
Tabla 21. Análisis comparativo de variables para medir dimensión beneficios de ocio e identidad social	158

## Índice de Ilustraciones

<b>Ilustración 1. La importancia del "ambiente" en la vivencia de ocio.</b>	<b>6</b>
<b>Ilustración 2. Modelo clásico de variables explicativas de la identidad social</b>	<b>41</b>
<b>Ilustración 3. Componentes o dimensiones que conforman el modelo</b>	<b>96</b>
<b>Ilustración 4. Componentes del Modelo para el análisis de la identidad social del sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios culturales naturales</b>	<b>97</b>
<b>Ilustración 5. Modelo para las variables de construcción social del sujeto.</b>	<b>98</b>
<b>Ilustración 6. Modelo para las variables de la dimensión ambiental-ecológica.</b>	<b>99</b>
<b>Ilustración 7. Modelo para las variables de participación en experiencias de ocio y turismo</b>	<b>102</b>
<b>Ilustración 8. Modelo para las variables de la dimensión beneficios del ocio.</b>	<b>106</b>
<b>Ilustración 9. Modelo para el Análisis de la Identidad Social del Sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios culturales naturales</b>	<b>133</b>
<b>Ilustración 10. Modelo para el Análisis de la Construcción de la Identidad Social del Sujeto D1</b>	<b>134</b>
<b>Ilustración 11. Variables explicativas de la D2 del Modelo para el Análisis de la Identidad Social del Sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios culturales naturales D2</b>	<b>136</b>
<b>Ilustración 12. Variables explicativas de la D3 del Modelo para el Análisis de la Identidad Social del Sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios culturales naturales D3</b>	<b>139</b>
<b>Ilustración 13. Variables explicativas de la D4 del Modelo para el Análisis de la Identidad Social del Sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios culturales naturales D4</b>	<b>141</b>

## Índice de mapas

<b>Mapa 1. Ubicación Paisaje Cultural Cafetero en Colombia</b>	<b>110</b>
<b>Mapa 2. Atractivos naturales y culturales de Salento. Fuente.</b>	<b>119</b>

## Índice de imágenes

<b>Imagen 1. Panorámica del casco urbano de Salento.....</b>	<b>111</b>
<b>Imagen 2. Calle principal de Salento vista desde el Mirador. ....</b>	<b>112</b>
<b>Imagen 3. Panorámica del paisaje Valle de Cocora .....</b>	<b>118</b>
<b>Imagen 4. Vivienda .....</b>	<b>120</b>

## Índice de Anexos

<b>Anexo 1. Encuesta de población del Municipio de Salento. Nativos y residentes.</b>	<b>178</b>
<b>Anexo 2. Encuesta de población. Funcionarios administración municipal.</b>	<b>180</b>

# **Capítulo I. Planteamiento general de la tesis**

## 1. Planteamiento de la investigación

La tesis nace de la reflexión sobre dos conceptos interrelacionados. En primer lugar, del papel del ocio en la promoción del desarrollo humano y por ende, de una adecuada calidad de vida. En segundo lugar de la importancia que adquiere la forma en que se concibe la relación entre el hombre, la naturaleza y el paisaje, así como la manera en que ambos interactúan pueden mejorar los estilos y la calidad de vida de sus habitantes.

En lo que se refiere al papel beneficioso del ocio para el hombre, los trabajos académicos que abordan la relación del ocio con la mejora de la calidad de vida y el desarrollo humano son amplios y variados (Dumazedier, 1960; Cuenca, 2009; Cuenca y Goytia, 2012; Tinsley, 2004). A partir del trabajo realizado por Cohen (1991, en Cuenca, 2005) los beneficios del ocio caben agruparse, tal y como reproducimos en la tabla 1, en dos grandes vertientes: los beneficios individuales y los beneficios sociales en la sociedad en la que se desarrolla.

<b>NIVEL</b>	<b>PROBLEMAS SOCIALES</b>	<b>CALIDAD DE VIDA</b>
Individual	Mejora la salud mental y física Reducción del estrés Recreación	Autoactualización Experiencias cumbre Crecimiento personal
Sociocultural	Cohesión grupal Integración social Control de delitos	Innovación social Creatividad cultural
Beneficio	Función compensatoria	Significado intrínseco

Tabla 1. Resumen de beneficios de la experiencia de ocio según Cohen (1991).

Fuente. Cohen (1991)

Con respecto a los beneficios individuales, algunos autores (Max-Neef, Elisalde y Hopenhayn, 1986) creen que el ocio es beneficioso porque procura placer, relajación y disfrute. En este sentido, Joffre Dumazedier en su libro *Hacia una civilización del ocio* (1976), hizo famosas las tres funciones del ocio, conocidas posteriormente como las tres D: Descanso, Diversión y Desarrollo personal (Cuenca, 2009: 58). El autor considera que la función de desarrollo se caracteriza por:

- Las nuevas perspectivas de integración voluntaria en la vida de los grupos recreativos, culturales y sociales, permiten el desarrollo y actualización de actitudes y habilidades.
- Las motivaciones del ocio posibilitan que nos introduzcamos en aprendizajes y conocimientos innovadores, creativos y libres, que facilitan el desarrollo completo de nuestra personalidad individual y social.

En segundo lugar, destaca la aproximación a los beneficios personales del ocio desde la calidad de vida. Esta perspectiva está liderada por los trabajos de quienes consideran el ocio un ámbito fundamental para la satisfacción de necesidades psicológicas y tiene un claro impacto en la salud física, la salud mental, la satisfacción vital y el crecimiento personal. Tinsley y Tinsley (1986) pueden considerarse los pioneros en el estudio de los beneficios del ocio sobre la salud y la calidad de vida de los individuos. Los autores defienden que el ocio es beneficioso tanto para la salud física como para la salud mental porque contribuye decisivamente a la calidad de vida de los individuos y grupos. En una extensión de esta formulación Tinsley y Tinsley (1986) proponen que la salud física y/o mental puede experimentar un deterioro, un mantenimiento o un crecimiento en función de la satisfacción de las necesidades psicológicas.

Además de la propuesta de Tinsley y Tinsley (1986) existen otras formulaciones sobre las razones por las que el ocio resulta beneficioso para la salud y el bienestar. Así, otros autores (Iso-Ahola, 1980; Cuenca, 2010) defienden que el ocio es beneficioso porque tiene un carácter paliativo ya que mejora la salud y actúa como amortiguador de sucesos vitales estresantes y genera estrategias de afrontamiento. De hecho, algunos estudios (Fogel, 1993, Monteagudo,

2008) han demostrado que los beneficios se perciben más ampliamente cuando el estrés es alto. Muchos autores (Goldberg & Breznitz, 1993, Lazarus, 1993) defienden el carácter preventivo del ocio de hecho, Iso-Ahola (1980) demostró que el ocio suministra apoyo social y sentimientos de autodeterminación.

Sin restar importancia a los beneficios personales del ocio hasta ahora apuntados, esta tesis se enmarca dentro de esta perspectiva de análisis de los beneficios del ocio que trascienden lo personal y generan efectos positivos en la comunidad. La tesis aborda los beneficios del ocio desde la perspectiva social que trasciende al individuo, de modo que las consecuencias de su experiencia evidencian su potencialidad en cuanto proveedor de beneficios sociales. Esta perspectiva fue liderada por Roger Sue (1980), quien señala tres funciones sociales básicas del ocio: la función de socialización, la función simbólica y la función terapéutica. La tesis se interesa específicamente por la función que Roger Sue (1980) denomina “función simbólica” de ocio y que hace referencia a la afirmación de la personalidad bien sea personal o colectivamente.

La vigencia, actualidad e interés de la vertiente social de los beneficios del ocio queda de manifiesto en la preeminencia que le otorga la propia Asociación Mundial de Ocio que, tal y como afirma Goytia (2008), en el Congreso Mundial “*Ocio y calidad de vida: el impacto del ocio en el desarrollo social, económico y cultural*”, celebrado en 2006, redactó el Comunicado de Hangzhou (China). El comunicado tiene como premisa fundamental definir el ocio como una parte importante del desarrollo social, cultural y económico, de todos los grupos humanos existentes. (World Leisure and Recreation Association, 2006).

Una vez enmarcada la tesis en el ámbito de los beneficios sociales del ocio avanzamos en la concreción del tema de interés, situando en el vasto campo del ocio en un entorno concreto: el ocio en la naturaleza y, más específicamente en los paisajes culturales.

La literatura académica ha abordado profusamente la relación entre la vivencia del ocio y el entorno. A este respecto se argumenta que el lugar donde se lleva a cabo una experiencia de ocio es un espacio lleno de posibilidades. En palabras de Claudio Magris (citado por Cuenca, 2010),

“un lugar no es solo su presente, sino también ese laberinto de tiempo y épocas diferentes que se entrecruzan en un paisaje y lo constituyen”. En este orden de ideas, una decisión de ocio libre, no solo está condicionada a las motivaciones personales de quien la experimenta, sino también a las posibilidades de su entorno y a las interacciones que establece cada sujeto con el fenómeno experiencial.

Siendo el lugar, el medio, el entorno, un elemento fundamental para que ocurra la vivencia de ocio, los paisajes culturales aparecen como entornos con gran potencialidad para que tal vivencia ocurra. Según las Directrices Prácticas para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial, los paisajes culturales son

bienes culturales y representan las obras conjuntas del hombre y la naturaleza citadas en el Artículo 1 de la Convención. Ilustran la evolución de la sociedad humana y sus asentamientos a lo largo del tiempo, condicionados por las limitaciones y/o oportunidades físicas que presenta su entorno natural y por las sucesivas fuerzas sociales, económicas y culturales, tanto externas como internas (UNESCO, 2005:48).

Así definidos los paisajes culturales, cabe señalar que la literatura académica ha abordado profusamente la relación entre la vivencia del ocio y el entorno. Como plantea Goytia (2012), la experiencia de ocio es un proceso psico-sociológico complejo que necesita de:

- a) Unas coordenadas espacio-temporales (un espacio y un tiempo) para manifestarse. De ahí que medio- ambiente (social, psicológico y físico) y el tiempo aparezcan como elementos imprescindibles para la vivencia de cualquier tipo de manifestación de la vivencia de ocio.
- b) Algún ámbito para manifestarse. Así, la cultura, la recreación, el deporte o el turismo permiten la concreción de la vivencia de ocio a través de ciertas actividades, tal y como se puede apreciar en la ilustración 1.

La teoría del ocio humanista conceptualiza estos espacios de ocio, en la Dimensión Ambiental-Ecológica<sup>1</sup>. La Dimensión Ambiental-Ecológica del ocio se refiere a la satisfacción desinteresada que nos produce el encuentro con un medio ambiente deseado sin importar la acción en cual se genera. En palabras de López Quintás (en Cuenca, 2009: 125): “un jardín, un templo, una casa, un monumento, una ciudad, una plaza, una calle, un camino, un puente, no son objetos, son ámbitos”.



Ilustración 1. La importancia del "ambiente" en la vivencia de ocio.

Fuente: Goytia, 2012

Esta dimensión permite entender cómo ciertas experiencias de ocio se viven gracias al medio físico o espacio en el que se manifiestan. Es decir, el espacio no sólo es elemento necesario sino que se convierte en el generador de la experiencia. Es en este caso cuando podemos hablar de la dimensión ambiental ecológica del ocio (Cuenca, 2003). Por lo tanto, “el espacio de ocio hace

---

<sup>1</sup> Manuel Cuenca (2000) categoriza el ocio autotélico en cinco dimensiones: la dimensión lúdica, la dimensión ambiental-ecológica, la dimensión creativa, la dimensión afectiva y la dimensión solidaria (2009: 96).

referencia al espacio exterior y al espacio interior” (Cuenca, 2010: 18). De este modo se trasciende la noción de espacio físico-estático como paraje, carente de significado, sugiriendo la integración e interacción de las dimensiones de ambiente, conducta y experiencia. Según lo anterior, la experiencia de ocio debe entenderse como una vivencia que trasciende lo subjetivo e interactúa con el medio, sus pobladores e historias. Cuenca (2010) hace referencia a lo relacionado con el ocio respecto del espacio y el tiempo así afirma que:

Las experiencias de ocio se generan y se viven con un horizonte espacio temporal que se refiere tanto a la persona como a la comunidad en que vive. Esta encrucijada de entramados personales y sociales, subjetivos y de épocas, nos permiten comprender la complejidad del ámbito en el que entendemos se debe ubicar la experiencia de ocio. Las experiencias de ocio, en cuanto a experiencias humanas, no se entienden sólo desde la subjetividad, hay que afirmar también la importancia de otros elementos objetivos, entre los que se destacan el lugar, el tiempo, edad, novedad y época (Cuenca, 2010: 32).

Aunque la dimensión ambiental-ecológica hace referencia a la relación con todo tipo de ambientes, la dimensión ecológica hace referencia al encuentro con la naturaleza (Cuenca, 2003: 26). Se destaca además que existe una diferencia sustancial entre los espacios urbanos y la naturaleza. Cuenca (2003) precisa la particularidad que supone el estudio o análisis de la vivencia de ocio en la naturaleza, relevante especialmente en la vivencia tradicional de ocio. En el presente trabajo se hace referencia al ocio que se desarrolla en la naturaleza y específicamente enmarcado en el “Paisaje Cultural”. En este sentido, y a modo de precisar el objeto de esta investigación, este estudio se centrará en la identificación y profundización de las experiencias de ocio como generadoras de identidad.

Ahora bien, aunque el ambiente físico en general y la naturaleza en particular pueden entenderse como espacios donde se llevan a cabo o se pudieran propiciar acciones de ocio, es necesario indicar que, según los planteamientos anteriores, hay otras aproximaciones a los espacios en los que se disfrutan las experiencias de ocio. Lo que interesa en esta tesis son los espacios en los que las personas comparten sus vivencias, de forma que el espacio se convierte en el “lugar”. El valor

de “los lugares” se potencia a partir de lo que pensamos, de lo que practicamos y de cómo todo esto confluye en el fin de la experiencia de ocio, objeto de disfrute y de interés. A su vez, la vivencia de la experiencia de ocio, en relación con la vivencia de otras experiencias, posibilita que podamos percibir los lugares de modos diferentes y que nuestros «encuentros» con ellos nos proporcionen emociones y recuerdos diferenciados. Por tanto, los lugares de ocio desde un punto experiencial, son los recursos que posibilitan experiencias complejas y que se cargan de significado para quien las llega a disfrutar (Cuenca, 2010). A este respecto se argumenta que el lugar donde se lleva a cabo una experiencia de ocio es un espacio lleno de posibilidades. En palabras de Claudio Magris (citado por Cuenca, 2010: 31) “un lugar no es solo su presente, sino también ese laberinto de tiempo y épocas diferentes que se entrecruzan en un paisaje y lo constituyen”. En este orden de ideas, una decisión de ocio libre, no solo está condicionada por las motivaciones personales de quien la experimenta, sino también por las posibilidades de su entorno y a las interacciones que establece cada sujeto con el fenómeno experiencial.

En ocasiones, los espacios además de proveer de esencia y significado a la experiencia de ocio que se pueda disfrutar en los mismos, se convierten en entornos generadores de ocio beneficioso. Cuando se habla de los beneficios del ocio en ambientes naturales, al igual que se ha señalado al abordar los beneficios del ocio en general, se pueden considerar desde una mirada individual o personal y desde un punto de vista social.

Desde el punto de vista individual o personal los beneficios del ocio en la naturaleza entienden el ocio como un área de la experiencia humana que favorece el desarrollo personal. Así el ocio en la naturaleza se considera una fuente de salud y de prevención de enfermedades físicas y psíquicas; se defiende como un derecho humano que parte de tener cubiertas las condiciones básicas de vida; como un signo de calidad de vida y como un posible potencial económico. Desde lo personal, vivir el ocio en la naturaleza es ser consciente de algo “no obligatorio” y de una finalidad no utilitaria; implica una vivencia desde la satisfacción íntima que proporciona, que me motiva siempre a estar allí, porque, encuentro elementos que solo allí están presentes, en este

espacio y es esta la esencia del trabajo, llegar a desentrañar qué es lo novedoso que encontramos en estos paisajes natural y cultural.

Además de los beneficios que los espacios naturales pueden tener para la salud y calidad de vida del individuo, en esta tesis, como ya se ha mencionado, interesa profundizar en los beneficios sociales que pudieran generarse para la comunidad a partir de la denominada dimensión ambiental-ecológica del ocio. A este respecto resulta de especial relevancia destacar que, tal y como lo plantea E. Levinas (citado por Jaramillo y Aguirre, 2010), los lugares son espacios constituidos en tanto que de ellos emerge una relación radical con “el otro”. Para Levinas,

... la relación con “el otro”, como absolutamente Otro, se propone como un viaje sin retorno, como un inicio del sí que busca un no-regreso o retorno a casa con el fin de mantenerse en la incomodidad permanente de un pensamiento que desborda en todo momento la alienación y tranquilidad de encontrarse en un puerto seguro (en Jaramillo y Aguirre, 2010:79).

Todo lo anterior nos lleva a reafirmar que el vivir experiencias de ocio en espacios naturales permite hacernos una idea del territorio y el paisaje y vincular nuestra identidad al mismo. Como seres humanos existimos –somos- en un territorio determinado, y de una u otra manera cada sujeto representa una pequeña muestra de ese vasto territorio del cual forma parte, bien sea de manera permanente o de paso. Como lo plantea el Ministerio del Medio Ambiente de Colombia:

La forma como hablamos –lo que decimos y el acento con que lo decimos- , lo que nos gusta comer, la música que nos mueve el cuerpo y nos sacude el alma, el clima que nos hace sentir confortables, los olores que nos alborotan los recuerdos, los paisajes en que nos reconocemos, todo eso y muchas cosas más, están íntimamente ligadas al territorio que somos. Que puede ser el territorio donde nacimos y nos criamos, y en el que elegimos continuar nuestras vidas, o aquel a donde hemos llegado a parar por diversas circunstancias y en el que no nacimos, pero echamos raíces, y florecemos como seres humanos (o nos marchitamos) y producimos frutos y sembramos semillas (Wilches, 2006: 15).

La hipótesis que recogen estas páginas defiende que:

1. La forma en cómo se conciba la relación del hombre con la naturaleza y la idea que se tenga del paisaje tiene un potencial efecto beneficioso para las comunidades locales
2. La puesta en valor turístico de los paisajes culturales y naturales conlleva un cambio en la concepción de los mismos en cuanto que se definen como espacios de ocio
3. Los destinos turísticos en espacios culturales naturales se convierten en espacios de ocio en los que se modifican los estilos de vida y se generan nuevos estilos de ocio entre los residentes que refuerzan la identidad y el sentido de comunidad de la población local

Visto así, este trabajo de investigación busca comprender los sentidos y beneficios que tienen las vivencias de ocio en espacios naturales específicos, concretamente en los espacios culturales. Específicamente, la presente investigación surge del interés por resolver la pregunta: ¿Cómo la actividad turística ha transformado la identidad cultural y la vivencia del ocio de los pobladores locales del paisaje natural cultural de Salento-Quindío?

En caso de que la investigación permita confirmar la hipótesis y, en consecuencia, la respuesta a nuestra primera pregunta de investigación sea afirmativa, la tesis persigue, en segundo lugar, responder a ¿Qué modelo analítico permite entender el impacto del turismo en las interrelaciones entre el entorno, el ocio y la identidad cultural, en un paisaje natural cultural?

## **2. Interés y utilidad del tema**

Además de los atractivos naturales, muchos visitantes llegan a interactuar con los locales para reconocer sus valores culturales. La oportunidad que brinda el Paisaje Cultural Cafetero, que cubre parte del territorio del municipio de Salento, permite continuar con el legado de los cultivadores colombianos y darlo a conocer al mundo; consideramos que el turismo en el triángulo del Café puede convertirse en un medio efectivo para la conservación del patrimonio, favoreciendo la necesidad de relacionar de manera segura todo lo referente al turismo con la protección del Patrimonio Natural y Cultural.

De ahí el interés por crear un modelo que permita comprender las implicaciones sociales de las experiencias de ocio de los pobladores de entornos naturales y culturales, con relación al impacto del turismo en esos lugares. La creación de este modelo y su posterior aplicación empírica en paisajes naturales y culturales permitirá, además, comprender las características del turismo que se realiza en estos lugares, cuáles son las implicaciones –positivas y negativas– que ha conllevado y qué tipo de turismo sería mejor implementar en cada caso para potenciar las identidades sociales y la preservación del entorno natural.

Así mismo, los resultados de esta investigación pueden convertirse en aportes a las políticas públicas sectoriales, en relación a las oportunidades que el ocio de los turistas pueda representar en el ocio de los lugareños (salud mental, aprendizaje, actividades compartidas, fortalecimiento de capacidades locales, disfrute del entorno natural desde su configuración cultural); potencialización del ocio del habitante local a partir del turismo, para recuperar los espacios perdidos. Aplicar el modelo que emerge del estudio de caso, a otros municipios que están ingresando a esta dinámica de turismo masivo, podría reducir los impactos que ya se vislumbran en el eje cafetero, y específicamente en Salento.

Además, reconocer las dimensiones asociadas al ocio, permite diseñar nuevas ofertas turísticas en las cuales se valore la capacidad ecológica/ambiental de los lugares (capacidad de carga), y hagan esfuerzos por la conservación de la identidad cultural, con base en el análisis histórico y el respeto por las actividades de ocio que refieren los lugareños. La participación real en las opciones que eligen los visitantes, favorecerá también el descanso y disfrute de una cultura que recibe con los brazos abiertos.

### **3. Objetivos**

#### **3.1. Objetivo General**

Diseñar un modelo para analizar el potencial de la vivencia de ocio en espacios naturales y culturales, en la construcción social del sujeto (identidad colectiva y sentido de comunidad).

### **3.2. Objetivos Específicos**

- Comprender cómo las experiencias de ocio en espacios culturales fortalecen, amplían y modifican la construcción social del sujeto (identidad colectiva y sentido de comunidad).
- Diseñar un modelo conforme a las categorías o dimensiones que explican el papel del ocio y el turismo en la transformación de la identidad colectiva en espacios naturales y culturales.
- Identificar variables para la medición de las categorías o dimensiones anteriores. Dimensiones que explican los significados que un espacio natural y cultural puede generar en la identidad colectiva y en el sentido de comunidad.
- Comparar las variables identificadas con la teoría formal que explica la identidad colectiva

### **3.3. Objetivos Operativos**

- Describir los elementos y recursos que configuran el espacio natural y Cultural de Salento como lugar para el ocio
- Describir qué elementos de los anteriormente identificados están relacionados con las vivencias de ocio en el paisaje natural y cultural de Salento
- Describir los significados que el Paisaje Natural y cultural tienen en la identidad social-colectiva y sus relaciones con el ocio de los pobladores de Salento.
- Diagnosticar la potencialidad de la oferta de ocio en el Paisaje Natural y Cultural de Salento como factor dinamizador de la identidad colectiva y sentido de comunidad.

## **4. Metodología**

El análisis empírico de la identidad social se aborda en la literatura académica tanto desde metodologías cuantitativas como cualitativas, A este respecto Abdelal, R.; Herrera, Y.M.;

Johnson, A.I. y McDermott, R. (2006) destacan cuatro herramientas para la recogida de datos relativos a los componentes o variables explicativas de la identidad. Estas son:

1. Técnicas de investigación de la identidad desde las metodologías cualitativas

- 1.1. Análisis del discurso,

- 1.2. Mapas cognitivos,

2. Técnicas de investigación de la identidad desde las metodologías cuantitativas

- 2.1. Análisis de contenido cuantitativo, y

- 2.2. Análisis cuantitativo a través de encuestas.

Ahora bien, aunque ambas metodologías son viables, la recopilación de los trabajos empíricos más relevantes sobre la identidad social realizados por Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe (2004) evidencian que ésta se ha estudiado mayoritariamente a través de técnicas cuantitativas, concretamente a través de escalas administradas por encuestas.

Este estudio se ubica dentro de los paradigmas y métodos cualitativos, los cuales se basan en la comprensión interpretativa de un fenómeno en particular, más que en la explicación que se le pueda dar a este. Es decir, se basan en la comprensión de un fenómeno en su contexto y no en una explicación causal del mismo. De la Cuesta considera que

los métodos cualitativos de investigación son aquellos métodos no cuantitativos que intentan capturar el fenómeno de una manera holística y así comprenderlo en su contexto, enfatizando en la inmersión y comprensión del significado humano atribuido a unas circunstancias o fenómenos (Cuesta de la, 2002:16).

El estudio se desarrolla bajo el enfoque de Complementariedad Etnográfica propuesto por Murcia y Jaramillo (2008); enfoque que se ubica al interior de los paradigmas y métodos cualitativos. En su diseño metodológico la Complementariedad Etnográfica consta de tres momentos: Pre-configuración, Configuración y Re-configuración de la realidad.

Los abordajes conceptuales de la siguiente investigación, serán contrastados a partir de un estudio de caso llevado a cabo en el municipio de Salento, departamento del Quindío-Colombia. La importancia de los estudios de caso, radica en las posibilidades de contextualizar los elementos teóricos en realidades particulares, que permitan analizar y discutir conceptos, categorías y variables teóricas en tiempos y lugares distintos a los que inspiraron su creación. Se ha tomado el municipio de Salento- Quindío, como lugar de estudio de caso, primero, por la importancia que éste tiene respecto al turismo en Colombia, y segundo por su relevancia histórica en la construcción de la nación colombiana.

El municipio de Salento, se encuentra entre los cuatro municipios más importantes en el departamento del Quindío, en relación con el flujo de visitantes (Cámara de Comercio de Armenia y el Quindío (CCAQ), 2015: 8) y se ha convertido en el principal destino de turismo rural en Colombia (Chaparro y Santana, 2011). La historia turística del municipio, inicia aproximadamente en el año de 1985, pero, entre 1989 y 1991, que aumenta la llegada de visitantes. Principalmente son los atributos del paisaje natural y cultural que atraen el interés de los turistas, quienes encuentran, a través de Fundaciones como Herencia Verde, una oferta de turismo de naturaleza. Este turismo, con un fuerte componente educativo, enfatiza en los elementos ecosistémicos del municipio, como el bosque de niebla y la presencia del árbol nacional de Colombia, la Palma de Cera, en el sector del Valle del Cocora. Actualmente, otros aspectos relevantes del turismo son: la zona que comprende el Parque Natural de los Nevados, la cual es uno de los territorios de acceso a los nevados del Tolima y Santa Isabel y el patrimonio arquitectónico de la cabecera municipal. Además, con Salento, son nueve los municipios del departamento que integran el Paisaje Cultural Cafetero de Colombia.

La relevancia histórica de Salento está relacionada con su situación geográfica estratégica en la comunicación del país, que desde el siglo XIX integró el *Camino Nacional del Quindío*, y en siglos anteriores, “fue paso obligado de conquistadores como Simón Bolívar, colonizadores, viajeros como Alexander von Humboldt y científicos como José Celestino Mutis con su

Expedición Botánica” (Gómez: 186). Salento también fue la primera cabecera municipal del departamento

#### **4.1. Pre-configuración: ámbito de estudio y definición de la muestra**

El primer momento refiere a los procesos de familiarización con el contexto sociocultural y un primer acercamiento a los sujetos del estudio, con el fin de desentrañar una posible pre-estructura de la realidad a través de dos procesos, uno inductivo (interacción con los sujetos) y otro deductivo (búsqueda de teoría formal).

##### *4.1.1 El contexto sociocultural: El Paisaje Cultural.*

Esta tesis se ubica en un contexto paisajístico. Se considera con Valentina Gómez (2015) el paisaje como:

Una invención conceptual que representa la realidad y no la realidad en sí misma; en tanto invención me posibilita decir que lo que es llamado paisaje es resultado de transformaciones, es consecuencia tanto de intervención humana (arquitectura, agricultura, vías y zonas de camping) como de ‘desastres’ naturales (terremotos, derrumbes, sedimentación, entre otros) (2015: 192).

La tesis se enmarca en una categoría especial de paisajes que son los paisajes culturales. En 1972, la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO, aprobó la “Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural”, creando para ello el Comité de Patrimonio Mundial. Dicho Comité aprobó en 1992 la categoría de paisajes culturales. El término paisaje cultural “abarca una diversidad de manifestaciones de las interacciones entre la humanidad y su ambiente natural”. De acuerdo con dicho Comité, el valor universal excepcional debe primar a la hora de hacer la escogencia del territorio para el otorgamiento de dicho reconocimiento; así mismo, se privilegia la representatividad de las cualidades en la región que se ha definido para tal fin, que permite mostrar los valores culturales que la distinguen. (UNESCO, 1992).

Según la Guía Operativa para la Implementación de la Convención del Patrimonio Mundial (2011) existen tres tipos principales de paisajes culturales. En primer lugar, el paisaje claramente definido, creado y diseñado intencionadamente por el ser humano. Se trata de paisajes ajardinados y parques, contruidos por razones estéticas. En segundo lugar, el paisaje asociativo que es aquel en el que existen poderosas asociaciones, religiosas, artísticas o culturales con el medio natural, en lugar de pruebas culturales materiales, que pueden ser inexistentes o poco significativas. En tercer lugar, el tipo de paisaje cultural, que constituye el contexto de esta tesis, denominado paisaje cultural evolucionado orgánicamente. Son paisajes en los que, debido a un imperativo inicial de carácter social, económico, administrativo y/o religioso, han evolucionado hasta su forma actual como respuesta a la adecuación a su entorno natural. Este tercer tipo de paisajes culturales, se divide a su vez en dos sub-categorías: el paisaje vestigio o fósil y el paisaje activo que es el que conserva un papel social activo en la sociedad contemporánea asociado con el modo de vida tradicional, y cuyo proceso de evolución sigue activo.

El ámbito de estudio de esta tesis se ubica en el Paisaje Cultural Cafetero de Colombia. Este Paisaje Cultural cabe categorizarse, de acuerdo a las categorías anteriormente apuntadas, como paisaje evolutivo (u orgánicamente desarrollado) en cuanto resulta de condicionantes sociales, económicas, administrativas, y /o religiosas, que se han desarrollado conjuntamente y en respuesta a su medio ambiente natural. Dentro de esta categoría, el Paisaje Cultural Cafetero de Colombia cabe definirse como un paisaje continuo en el tiempo, ya que sigue teniendo un papel social activo en la sociedad contemporánea, conjuntamente con la forma tradicional de vida. En consecuencia aparece como un espacio cultural idóneo para el disfrute de vivencias de ocio. Además, teniendo en cuenta que los paisajes culturales pueden ser urbanos, arqueológicos, industriales y rurales, nos encontramos ante un paisaje cultural ubicado en un entorno rural. A continuación se describe su nacimiento y desarrollo como tal.

Colombia entró a formar parte de la “Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural” mediante la Ley 45 de 1983. A su vez, el artículo 4º de la Ley 397 de 1997,

modificado por el artículo 1° de la Ley 1185 de 2008, definió la integración del Patrimonio Cultural de la Nación, así:

El patrimonio cultural de la Nación está constituido por todos los bienes materiales, las manifestaciones inmateriales, los productos y las representaciones de la cultura que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como (...), el paisaje cultural, las costumbres y los hábitos, así como los bienes materiales de naturaleza mueble e inmueble a los que se les atribuye, entre otros, especial interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico. (Congreso de la República, 2008:1).

En este contexto, el Ministerio de Cultura presentó ante la UNESCO, la nominación del Paisaje Cultural Cafetero de Colombia (PCCC) a la lista de patrimonio mundial, inclusión que se hizo efectiva el 25 de junio de 2011 con la declaración de Valor Universal Excepcional. En consecuencia, mediante la Resolución 2079 de 2011 del Ministerio de Cultura, se reconoce al Paisaje Cultural Cafetero de Colombia como Patrimonio Cultural de la Nación. En el marco de esta declaratoria el Ministerio de Cultura diseñó un plan de manejo del PCCC, cuyo objetivo es contribuir a la conservación del mismo y promover la apropiación de su valor cultural por parte de la población, en armonía con las actividades económicas que se desarrollan en la zona. Este plan fue requisito para la inscripción del bien en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO.

A lo largo de la historia de Colombia, el café ha sido uno de los determinantes en el desarrollo geopolítico del país, desde los comienzos en los sembradíos a finales del siglo XIX y la expansión de los cultivos a lo largo de la región andina, de la mano de los procesos de colonización pasando por las manos de los pequeños productores, hasta su consolidación como producto protagonista de la economía nacional. A través del tiempo, la influencia de los cultivos de café en la sociedad ha tenido fluctuaciones basadas en la productividad y los precios del grano, dándole de esta manera el impulso económico para el desarrollo de un territorio.

Este comportamiento se ve plasmado en las transformaciones que tiene cada una de las poblaciones, caso que es muy recurrente, al observar algunos poblados en el Eje Cafetero y Norte del Valle, pues es posible ver que tienen edificios y elementos de infraestructura urbana que no han tenido cambios desde mediados del siglo XX (Valencia, 1996: 281); época en la que hubo un boom en la productividad, en el precio y en la cantidad de exportaciones; por lo cual, además de los beneficios directos hacia los productores, también las instituciones gubernamentales municipales recibieron regalías del Estado, de tal manera que se construyeron obras para equipamiento urbano. Sin embargo, años después, en el momento en que los precios cambiaron, todo este impulso fue frenado.

Lo anterior ha llevado a que el café no solo deje huella a nivel económico, sino en una diversidad de ambientes entre los que se puede contar incluso los cambios en el territorio, es decir, en *el paisaje, la sociedad y su cultura*, como se muestra más adelante. Por tanto, la relación café-cultura, es particularmente importante en este proyecto, pues no solo hay que mirarlo desde el ícono que quieren vender a la sociedad, es decir, no es sólo la imagen de Juan Valdez y su mula Conchita<sup>2</sup>, sino a través de ese telón de fondo que constituyen los actores que se ven implicados en el proceso, por su participación cultural en la construcción del paisaje, es decir, en la forma en que generan su propia identidad, a partir de todas sus interacciones, considerando sus vivencias, costumbres, vestimenta, hábitat y arquitectura, entre otros.

Desde los elementos anteriores (café y paisaje, café y sociedad, café y cultura) son múltiples los retos que quedan ante la inclusión del Paisaje Cultural Cafetero en la Lista del Patrimonio Mundial, ya que a largo plazo puede llegar a verse desde una utilidad turística más que hacia una verdadera preocupación que permita generar un plan integral del manejo del paisaje y la cultura cafetera ante la práctica real de la labor cotidiana de los caficultores y de todos aquellos que interactúen con él.

---

<sup>2</sup>Logotipo que representa las tradiciones y el orgullo de las familias cafeteras colombianas. Mediante su marca de café busca llenar de energía y bienestar a quien consume esta bebida.

Los espacios rurales y naturales, enmarcados en el Paisaje Cultural Cafetero como patrimonio de la humanidad, se han ido transformando en las diferentes regiones en cuanto a lo que representa la ruralidad, espacios naturales y paisaje cultural. Para ello es necesario hablar de nuevos territorios y nuevos desarrollos en las áreas rurales. Es evidente que los espacios rurales han cambiado en las últimas décadas (Ignacio, 2009), los espacios rurales se han tornado conceptual y funcionalmente más diversos y plurales<sup>3</sup>. Aunque estos cambios no son iguales, la mayoría han ido asumiendo nuevas funciones de carácter social, económico, cultural, ambiental y territorial en los últimos años.

Es desde esta mirada donde se puede hablar de una nueva concepción de las zonas rurales, jalonada desde una sociedad de este siglo y, especialmente, desde la visión de las poblaciones urbanas (el “neoruralismo”, con grandes flujos y desplazamientos asociados al mismo), que ven en ellas nuevos territorios, zonas tanto con una función territorial como aptas para las nuevas demandas de diversa naturaleza, diferentes de las que tradicionalmente se consideraban como simples espacios de satisfacción de necesidades y abastecimiento alimentario.

En este contexto, los espacios naturales se han convertido en lugares atractivos para las experiencias de ocio y disfrutar de nuevas vivencias interactuando con la naturaleza y el resto de los visitantes; todo esto contribuye a reducir el stress, mejorar la salud y el bienestar psicológico de cada persona.

La tesis se centra en el paisaje Cultural Cafetero en el Municipio de Salento. El llamado paisaje natural de Salento está conformado entonces por las múltiples expresiones del pasado geológico de la región, así como las modificaciones realizadas por el hombre desde principios del siglo XX, o un poco antes. Es decir, se construye contextual e históricamente (Gómez, 2015: 193).

---

<sup>3</sup> Hay un “renacimiento de lo rural”, donde la puesta en marcha de los nuevos modelos de desarrollo rural y la utilización de estos espacios para la satisfacción de las nuevas demandas urbanas de ocio contribuyen a este nuevo protagonismo.

Para comprender el paisaje del municipio de Salento, se acoge la descripción dada en la figura de Distrito de Manejo Integrado – DMI- en la cual se exponen dos matrices principales de paisaje: En| la parte alta de la sub-cuenca del Río Quindío, una zona de páramo y bosque Alto Andino (62%) y un área en pastos, correspondiente al 36.29% de su territorio. Se evidencia allí la mano del hombre con sus actividades de producción (ganadería, producción de cereales, papa y frutales de clima frío). (CRQ. 2010). La zona de paisaje natural se caracteriza por la alta diversidad biológica, el cauce y los afluentes del Río Quindío, que se convierte en la fuente abastecedora de agua para la capital del departamento, y por el entramado de caminos que permiten llegar hasta las nieves de los volcanes nevados de Santa Isabel, Cisne y Ruiz.

Se coincide con Gómez (2015), en reconocer que el paisaje consiste en un entramado de relaciones entre medio ambiente, naturaleza y cultura; que no se pueden aislar las bellezas escénicas propias, dadas por sus características geomorfológicas, la diversidad de flora y fauna, y la posibilidad de desarrollar deportes de aventura, sino que se complementan con las “tradiciones heredadas de la colonización antioqueña (arquitectura y cultura), las artesanías y la gastronomía”, y la posibilidad de vivir por cortos periodos en viviendas rurales, disfrutando y reconociendo la vida cotidiana de sus pobladores.

#### *4.1.2 Los sujetos del estudio. Universo y muestra.*

El universo objeto de estudio está conformado por cinco tipos de agentes implicados:

1. Entidades o dependencias de la administración pública relacionadas con el ocio y el turismo en Salento. Funcionarios del estado que laboran en distintas entidades públicas para garantizar el buen funcionamiento y la gestión oportuna en cuanto a las necesidades del municipio y sus habitantes, son principalmente de origen salentino que conocen el territorio y a la comunidad, sus debilidades y fortalezas, estos son escogidos por el alcalde para hacer parte de su gabinete. En el municipio, el universo lo componen seis funcionarios, que tienen relación con las actividades del ocio: Secretario de Turismo, Coordinador del Punto de Información; Secretario de Desarrollo

Económico; Secretario de Planeación; Secretaria de Cultura y un Asesor sobre sostenibilidad del Destino turístico.

2. Prestadores de servicios turísticos. Compuesto por hoteleros, propietarios de restaurantes y transportadores que satisfacen las necesidades principales de los turistas. El universo de este grupo, está compuesto por 52 personas.

3. Organizaciones y Asociaciones sin ánimo de lucro relacionadas con el ocio y el turismo en Salento. Corresponde a Fundaciones que tienen como objeto la conservación del entorno natural, protección del patrimonio arquitectónico, veeduría ciudadana, y dedican sus actividades a la elaboración de propuestas para la construcción de la política pública sobre los diferentes aspectos que tienen que ver con la definición de colectivo (patrimonio, valores naturales y culturales), para la permanencia del municipio y desarrollo endógeno sostenible. El universo está conformado por siete grupos.

4. Población local relacionada con el ocio y el turismo en Salento. Personas que dedican su tiempo a satisfacer requerimientos estéticos (artesanos; fabricantes de artesanía, elaboradas en general con materiales del lugar, como semillas, cañas y similares), de conocimiento (guías e intérpretes ambientales). El universo de este grupo consta de 8 personas.

El tipo de muestreo para selección de los entrevistados, se realizó por medio de un procedimiento de muestreo no probabilístico, en el cual no puede calcularse la probabilidad de extracción de una determinada muestra. Se realizó con base en las cualidades de los miembros, su pertenencia y arraigo, o en su defecto, el conocimiento profundo sobre los aspectos relevantes de la tesis: identidad, entorno ambiental/ecológico, vivencias de ocio y actividades turísticas en el municipio. Se considera que la información aportada por esas personas es vital para la toma de decisiones). La muestra total y las muestras en cada grupo de agentes se detallan en la tabla siguiente.

AGENTES	UNIVERSO	MUESTRA
ENTIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA RELACIONADAS CON EL OCIO Y EL TURISMO	6	1 Responsable de normas y supervisión de espacios.
		1 funcionario relacionado con la Cámara de comercio.
		1 sub-secretario de obras públicas.
PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS	5	1 Intérprete
		1 auditora ambiental
		1 informador turístico
		2 educadores
ORGANIZACIONES Y ASOCIACIONES SIN ÁNIMO DE LUCRO.	7	1 Intérprete
		1 auditora ambiental
POBLACIÓN LOCAL RELACIONADA CON EL OCIO Y EL TURISMO	8	1 Intérprete
		1 auditora ambiental
		1 informador turístico
		2 educadores

Tabla 2. Universo y muestra.

Fuente. Elaboración propia

## 4.2. Configuración

En un segundo momento el enfoque de Complementariedad Etnográfica busca configurar un modelo interpretativo para el análisis del contexto sociocultural objeto de estudio. En el caso que nos ocupa se trata de configurar un modelo interpretativo del papel que el ocio juega en la identidad cultural de los pobladores del Paisaje natural y cultural en la zona cafetera. En otras palabras, se refiere al cumplimiento de los objetivos específicos anteriormente señalados. La configuración se aborda en los capítulos II y III de la tesis.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CAPITULOS
O.E.1. Comprender cómo las experiencias de ocio en espacios culturales fortalecen, amplían y modifican la construcción social del sujeto (identidad colectiva y sentido de comunidad).	Capítulo II. Identidad Colectiva y Patrimonio Cultural como recurso turístico.
OE2. Diseñar un modelo conforme a las categorías o dimensiones que explican el papel del ocio y el turismo en la transformación generación de la identidad colectiva en espacios naturales y culturales.	Capítulo III. Modelo para el análisis de la construcción social del sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios culturales
O.E.3. Identificar variables para la medición de los significados que un espacio cultural puede tener en la identidad colectiva y en el sentido de comunidad	Capítulo IV. Los significados del Paisaje Cultural Cafetero e en la identidad social-colectiva de los pobladores de Salento
O.E.4. Comparar las variables identificadas con la teoría formal que explica la identidad colectiva	

Tabla 3. Estructura de la tesis en cuanto a cumplimiento de objetivos específicos.

Fuente: Elaboración propia

#### *4.2.1. Aproximación metodológica para la configuración del modelo.*

Tal y como ilustra la tabla precedente, la identificación de variables e indicadores es uno de los resultados de la investigación. Ello supone que la aproximación metodológica para la definición del modelo no se plantea desde una metodología deductiva en la que, a partir de unas variables predefinidas se analiza la realidad objeto de estudio. Por el contrario, utilizaremos como estrategia metodológica una aproximación inductiva.

Sin embargo, la utilización de la metodología inductiva no implica que la observación de la generación de identidad colectiva a partir del ocio sea, en sí misma, el origen del proceso metodológico. Esta aproximación no exime a la investigadora de la necesidad de identificar las categorías a observar. Por ello, partimos de una teoría previa que, a lo largo del capítulo II, permite identificar las categorías o dimensiones que constituyen los significados identitarios que ofrece el ocio en un espacio cultural. Estas categorías se sustentan en la revisión de la literatura que se presenta en el capítulo II de la tesis. Ahora bien, se avanza al respecto que las categorías o dimensiones que componen el modelo para el análisis de la construcción social del sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios naturales y culturales- sobre las que se persigue identificar variables explicativas son las siguientes:

- 1) Dimensión 1: Construcción social del sujeto
- 2) Dimensión 2. Entorno ambiental-ecológico en espacios culturales naturales
- 3) Dimensión 3. Participación de los pobladores locales en experiencias de ocio en entornos naturales y culturales
- 4) Dimensión 4. Beneficios del ocio

#### *4.2.2. Aproximación metodológica para la identificación de variables para la medición de los significados que un espacio cultural puede tener en la identidad colectiva y en el sentido de comunidad*

Identificadas las categorías fundamentales del análisis a partir de la revisión de la literatura que se presenta en el capítulo II, la identificación de variables concretas para su análisis se basa en la Teoría Fundamentada, también denominada Grounded Theory. La Teoría Fundamentada surge de la corriente sociológica denominada "Interaccionismo Simbólico". Ésta, aparte de poder utilizarse como un proceso psico-social básico (Morse 1994; De la Cuesta 1997), también sirve como estrategia metodológica. La Teoría Fundamentada nos proporciona un conjunto de guías y procedimientos que "pueden ayudar a cualquier investigador cualitativo a desarrollar

conceptualizaciones más o menos provechosas de sus datos" (Charmaz, 1990, citado por De la Cuesta 2002,18).

La recogida de datos se ha realizado a través de entrevistas relativas a cada una de las cuatro dimensiones que conforman el modelo propuesto. A continuación se recoge en la siguiente tabla, que incluye las preguntas incluidas en el formato general (Anexo A).

El trabajo de campo se realizó a partir del mes de enero del año 2016, una vez se seleccionaron los aspectos relevantes de la entrevista.

Se hicieron recorridos preliminares por el casco urbano del municipio y el sector aledaño, para tomar una perspectiva general del municipio. Se visualizó el potencial del entorno natural y los atractivos y bellezas escénicas de la zona de influencia de Salento.

Se hicieron sondeos de opinión para determinar los informantes clave, por su trayectoria como habitantes del municipio o su participación de largo plazo en actividades relacionadas con el ocio y el fenómeno turístico creciente.

A partir de estos recorridos y encuentros se seleccionó la primera muestra para realizar las entrevistas.

#### **4.3 Re-configuración de la realidad**

El tercer y último momento que plantea el Enfoque de la Complementariedad Etnográfica es aquel en el que, una vez configurado el modelo de análisis, se describen e interpretan las categorías emergentes en el caso estudiado.

La interpretación de los datos obtenidos en las entrevistas se ha realizado a través de la técnica de "Análisis del discurso". Esta aproximación analiza cómo los actores entrevistados hablan de su identidad social y del papel que tienen en tal identidad colectiva las experiencias de ocio en el destino turístico Paisaje Cultural Natural. El análisis del discurso pretende generar, fundamentar

una propuesta de variables explicativas de la identidad social a partir de lo expresado por la población local. Se trata, por tanto, de una perspectiva émica que fundamenta el modelo propuesto en la voz de las personas. Las preguntas siguientes permiten la emergencia de las categorías de análisis utilizadas.

¿Qué elementos o variables explican la identidad como construcción social?

¿Qué variables explicativas permiten comprender el papel que tiene el entorno, el paisaje cultural natural en la definición de la identidad colectiva?

¿Qué variables permiten analizar la importancia de la participación en actividades de ocio-turismo en la generación de identidad colectiva?

¿Cuál es el papel del desarrollo turístico del lugar en las experiencias de ocio?

Se obtiene entonces, un entramado de relaciones desde tres ángulos o miradas: la mirada del investigador, la teoría emergente de los datos o sustantiva, y la teoría formal que emana de la literatura. Por ello la metodología propuesta en esta tesis procederá a la comparación de las variables obtenidas de la aplicación empírica del modelo y que se presentarán en el capítulo IV con los fundamentos teóricos que se presentan el Capítulo II. Es decir, en el quinto y último capítulo, se comparan las variables que surgen de la observación empírica con la teoría formal que se presenta en el capítulo II con la teoría fundamentada en el análisis del Paisaje Cultural Cafetero en el Municipio de Salento. En definitiva, la teoría que se presenta en el Capítulo II nos servirá como apoyo a las variables que componen el modelo: teoría sustantiva y no a la inversa.

Es decir, se procederá a la discusión e interpretación de los resultados obtenidos a partir de la descripción del Paisaje Natural y Cultural en el municipio de Salento, a la luz del “Modelo para el análisis de la construcción social del sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios naturales y culturales” En otras palabras, a resolver los objetivos operativos.

## **Capítulo II. La relación entre la identidad social, el ocio y el turismo en paisajes culturales**

## 1. Introducción

La tesis se fundamenta en la idea de que la experiencia turística es uno de los ámbitos generadores del ocio. Más concretamente la tesis se enmarca en la experiencia de ocio que se puede vivir a través del turismo cultural en paisajes naturales culturales.

Además, en cuanto ámbito de ocio, el turismo tiene potencial para generar beneficios sociales en el destino en que se desarrolla. Con base en ello, este capítulo profundiza en el concepto de identidad desde dos puntos de vista:

Por un lado, entendemos la identidad como recurso turístico, que genera interés en los visitantes a un destino. Nos referimos al patrimonio cultural como recurso turístico y al paisaje cultural cafetero como producto turístico experiencial. Desde este punto de vista, la tesis considera el papel del Paisaje Cultural como recurso con base en el que se puede crear un producto experiencial capaz de favorecer la experiencia de ocio de los visitantes. Es decir, se centra en la consideración del paisaje cultural como recurso potencial para el diseño de oferta turística experiencial en la que los turistas pueden vivir una verdadera experiencia de ocio. Elemento que, por lo tanto, es susceptible de ser puesto en valor para la creación de productos turísticos experienciales sostenibles.

Por otro lado, la tesis aborda la identidad colectiva como el centro de interés de un segmento del turismo, que puede generar beneficios para las comunidades locales, a partir del desarrollo de esta actividad en los paisajes naturales y culturales. Desde esta perspectiva se entiende el ocio turístico como un elemento dinamizador de la identidad colectiva.

El capítulo se estructura en dos partes fundamentales:

El propósito de la Parte I es dar cuenta de tres conceptos interrelacionados que constituyen las bases de esta tesis: la identidad como construcción social del sujeto, la identidad cultural y el patrimonio cultural. En primer lugar, se clarifica el concepto de identidad y se profundiza en la

manera como se desarrolla internamente a partir de las múltiples contingencias que afrontan las personas en su vida, así como las decisiones asumidas en medio de éstas. Tras mencionar brevemente las perspectivas que abordan la identidad como conciencia individual y la identidad como como proceso filial de un grupo o nación, se profundiza en la perspectiva que es objeto de esta tesis, en la identidad como construcción social. La tesis se fundamenta en la Teoría de la Identidad Social, estrechamente ligada al concepto de identidad cultural. Por ello en un segundo lugar, se explican sus fundamentos. Además, en tercer lugar, se reflexiona sobre el patrimonio cultural.

El patrimonio cultural entendido como cultura compartida, está en estrecha relación con la identidad cultural y la construcción social del sujeto con respecto a su grupo de pertenencia y a su espacio. Concretamente se profundiza en el concepto de “paisaje cultural”, concepto tan novedoso como complejo. Un paisaje donde se viven valores propios de cada región. Un lugar donde se asienta lo que las personas son y pueden llegar a ser, gracias a ese influjo cultural heredado que se comparte cotidianamente. Un concepto que, tal y como se explica en detalle a continuación, está íntimamente vinculado con la identidad personal y colectiva de las comunidades, pueblos y naciones de un territorio.

El patrimonio cultural incluye manifestaciones culturales entre las que se encuentran las vivencias de ocio y turismo. Así la Parte II del capítulo profundiza sobre la relación entre el turismo como ámbito de ocio, el patrimonio cultural inmaterial y la identidad colectiva.



## **PARTE I Identidad, patrimonio y paisaje cultural. Definición e interrelaciones**

### **1. Diferentes aproximaciones al concepto de identidad**

Los procesos relacionales de las personas están estrechamente ligados a las comprensiones que éstas tienen de sí mismas y del mundo que les rodea; comprensiones que se van constituyendo a través del tiempo en procesos de “centramiento y descentramiento” que les permiten preservar y consolidar una identidad al lograr dar cuenta de sí y del grupo social al que pertenecen.

Los procesos de “centramiento” se refieren a la definición de la identidad con base en la percepción que tienen las personas de sí mismas; es decir, los rasgos que las caracterizan, con la “institución de habitualidades basadas en valores superiores y coherencia en las opciones que resultan de su libertad” (Iribarne, 2009: 56). Continúa diciendo Iribarne que por ello, las personas van configurando su identidad gracias a la relación de “asociaciones, fines, valoraciones, motivaciones, intereses, convicciones, al hacer efectivas ciertas capacidades disposicionales, y que a partir de ese ver, se reconocen como mismos (Iribarne, 2009:58).

#### **1.1 Identidad como conciencia individual (self).**

La explicación empírica del *self*, surge de la necesidad de entender la individualidad, la identidad personal como un fenómeno explicable, diferenciable del alma o de la pertenencia a un sistema de creencias o a un colectivo, del que un individuo puede desligarse sin diluirse. Ya para John Locke en el siglo de Las Luces la individualidad humana era un fenómeno observable, ligado a la conciencia de la propia existencia, que separa los propios actos de la experiencia grupal. Muy posteriormente, durante el siglo XX, el filósofo Charles Taylor (1992), refuerza el concepto del yo desvinculado, es decir capaz de mantener el control racional, mientras se distancia tanto de la naturaleza como de la tradición.

El psicoanálisis involucra el término del Yo, como regulador, en tanto los analistas del comportamiento, la conducta individual resulta del aprendizaje social, que a su vez contiene mecanismos de interiorización y adaptación, que también son aprendidos.

Ahora bien, no se puede hacer referencia al reconocimiento de sí mismo sin la relación que este yo-centrado establece con el otro, lo cual lo lleva inexorablemente a un proceso de descentramiento y relación intersubjetiva lo contrario sería caer en el solipsismo. Por tanto, la identidad responde a procesos internos y externos que se viven constantemente y que se pueden comprender cuando las personas logran dar cuenta de sí mismas como sujetos trascendentales. La identidad se genera a partir de las relaciones que establecen entre ellos mismos y de los paisajes y entornos culturales que les rodean, lo cual hace de la identidad una categoría de análisis clave para develar significados y sentidos tanto internos como externos. Desde esta perspectiva

la identidad es un concepto útil para examinar los efectos del juego de relaciones que nos permite conjugar simultáneamente las representaciones en singular y plural: la representación del individuo, de la comunidad y de la sociedad; por un lado, atiende la dialéctica entre los grados de libertad subjetivos en la conformación de la personalidad y los roles, códigos y convenciones impuestos por la estructura social; pero también, nos permite atender lo social en el sujeto (los roles y estatus que la sociedad les asigna), y lo subjetivo en lo social (la voluntad humana de transformar y apropiarse los valores, reglas y recursos sociales) (...) Por tanto, es un concepto que atiende la interacción de las representaciones sociales que configuran la conciencia interiorizada y la representación pública del yo, el nosotros y los otros, ajustadas a escalas micro y macro sociales (De la Torre, 2002: 77).

En definitiva, se entiende por identidad “las características que posee un individuo, mediante las cuales es conocido” (Páramo, 2008: 541), que adicionalmente, debe ser visto como un objeto histórico, más allá de una condición natural, o de un sinónimo de la personalidad, por la influencia del entorno social en su construcción.

## 1.2. Identidad como construcción social del sujeto.

En la introducción del capítulo, se argüía como la identidad hace referencia a la forma como cada persona va elaborando desde su interior y exterior una mirada de sí, la cual guarda estrecha relación con el contexto en el que está inmersa. Esta aproximación a la identidad entiende el concepto como una categoría sólida, muy unida a la formación moderna de un sujeto inmaduro que con el tiempo llegaría a una identidad completa; una consideración de la identidad como un fenómeno estático e individual.

Ahora bien, cabe anotar que algunas corrientes de la antropología cultural, la etnología, la sociología y la filosofía, pretenden resignificar el concepto de identidad, que en un principio hacía referencia a "lo esencial, lo innato, lo idéntico a sí mismo, lo que determina, lo que permanece" (Arfuch, 2002:21). Es por ello que

el concepto de identidad se diferencia del concepto de personalidad o viene a sustituirlo, precisamente en el énfasis que se otorga en la situación social, la interacción con otros y la influencia de las instituciones en la construcción de tal identidad (Páramo, 2008: 542).

En otras palabras, se observa que los procesos identitarios son el resultado de las interacciones del "yo", "el otro" y "los otros", lo que conlleva a poner en evidencia que la identidad no responde a un proceso psicológico o de introspección de pensamiento, muy cercano al solipsismo o subjetividad trascendental cartesiano. Por el contrario, la identidad tiene que ver con "esa parte del autoconcepto del individuo que se deriva del conocimiento de pertenencia de grupos sociales, junto con el valor significativo otorgado a esa pertenencia" (Canto y Morán, 2005: 60). Surge así la Teoría de la Identidad Social (en adelante TIS) que se explica en detalle en páginas posteriores.

De este modo, la identidad es vista por estas corrientes del pensamiento psicológico, como un producto de la interacción social, que hacen posible que cada individuo se afilie a un entorno social, con el paquete de significaciones que dan el lenguaje y la cultura, que van construyendo su conciencia de sí mismo frente al grupo de pertenencia. Resumiendo,

la identidad es una trama construida por diferentes fibras como la raza, edad, clase social, estado de salud física o mental, orientación sexual, género, nivel educativo, etc., Cada una de estas fibras corresponde a un discurso presente en la cultura y lo que somos resulta del entramado de todos estos discursos para cada individuo, los cuales trabajan permanentemente construyendo nuestras identidades. (Páramo, 2008: 543).

Consecuentemente, la sociedad occidental, ha ido perfilando diferencias taxativas entre miembros altamente individualistas de la sociedad mayor y actitudes sociocentristas de parte de los miembros de grupos minoritarios, menos occidentalizados; que diferencian culturas con un *self* compartido y *self* individuales. Así, la búsqueda de conciencia de sí, deviene también de investigaciones que buscan reconocer las fronteras entre la naturaleza biológica y el comportamiento social. Frente al espejo, muchos animales responden con agresión, considerando la imagen reflejada como de otro congénere, en tanto otros, tienen la capacidad de reconocerse a sí mismos; factor que nos permite concluir que el reconocimiento del sujeto sobre sí mismo no es exclusividad humana. De tal manera que el auto concepto es resultante de un imbricado sistema de creencias: la historia personal, los roles impuestos, los intereses, los aspectos existenciales, la auto determinación, los credos interiorizados, la clase social y por supuesto, el reconocimiento de pertenencia a una cultura que comparte tal sistema de creencias.

Desde la psicología, ha sido muy importante la generación de dos teorías: La Teoría de la Identidad Social (TIS) y la Teoría de la Auto-Categorización del Yo (TAC), en la comprensión de la dimensión social de la conducta, en la explicación de cómo los individuos presentan conductas diferenciadas en el contexto social y personal.

### *1.2.1. La Teoría de la Identidad Social (TIS)*

La Teoría de la Identidad Social (TIS) es elaborada por Henry Tajfel a mediados del siglo anterior. El núcleo de la TIS se origina en la idea de que

por muy rica y compleja que sea la imagen que los individuos tienen de sí mismos en relación con el mundo físico y social que les rodea, algunos de los aspectos de esa idea son aportados por

la pertenencia a ciertos grupos o categorías sociales (Tajfel, 1981: 255, en Scandroglio, López y San José Sebastián, 2008: 81).

La pertinencia del tema, parte de la necesidad humana de tener conciencia de identidad grupal, de la pertenencia y exclusión que se ocurren en las prácticas sociales, en contraposición al concepto de *Identidad Personal*, pues ésta se deriva del reconocimiento de integración a un grupo social, acompañado del *significado emocional y valorativo asociados a dicha pertenencia*” (Tajfel, 1981 (255), en Scandroglio, López y San José Sebastián, 2008: 81

La Teoría de la Identidad Social, la identidad es una "construcción nunca acabada, abierta a la temporalidad, la contingencia, una posicionalidad relacional solo temporalmente fijada en el juego de las diferencias" (Sentana, 2007: 23). En este orden de ideas, se concibe la identidad como construcción social que es parte del sujeto, puesto que la sitúa como una construcción inacabada, dinámica, relacional teniendo muy presente las diferencias. De este modo, frente a la primera aproximación, basada en una presunción relacional que defiende que las personas por ser niños y niñas carecen de identidad y que solo la alcanzarían en la edad adulta, la teoría de la identidad social defiende que los menores desde su nacimiento ya nacen en un mundo configurado, dado especialmente por los padres. Esto les permite ser parte de una colectividad que le permite vivir todo un saber vivido y heredado por los mismos padres; por otra parte, la identidad no se consolida en la vida adulta; si bien los adultos cuentan con rasgos que definen en parte su modo de ser; estos, a través de ese conocimiento social compartido, toman decisiones que muchas veces pueden cambiar el rumbo de sus vidas y establecer otros modos de relación que les hace crecer con y en sociedad. Es por esto que, a diferencia de una concepción de identidad dada por etapas, una persona vive continuamente su identidad o más bien, identidades; pues éstas son dinámicas; están en continuo movimiento gracias a la influencia que ejerce lo social, cultural y la familia. La esencia de las Teorías de la Identidad Social se origina gracias a que: "por muy rica y compleja que sea la imagen que los individuos tienen de sí mismos en relación con el mundo físico y social que les rodea, algunos de los aspectos de esa idea son

aportados por la pertenencia a ciertos grupos o categorías sociales" (Scandroglio, López y San José Sebastián, 2008: 81).

Es así como en los grupos sociales se hacen evidentes todos los elementos y categorías que intervienen en el concepto de identidad y la construcción social del sujeto, puesto que “la identidad siempre se construye en relación; es decir, en el mundo de la alteridad, del encuentro con el otro, con *lo otro* me construyo a mí mismo/a. El yo y el otro, al igual que la identidad y la cultura, no pueden existir separadamente. Es decir, construimos nuestra identidad en la sociabilidad, en la relación” (Herrera, Pinilla y Suaza, 2003: 28). Estas afirmaciones nos dan apertura a la identidad colectiva; es decir, aquella donde los sujetos se sienten identificados con un grupo o nación, lo cual les permite dar cuenta de sus comportamientos y sentidos como seres humanos en sociedad.

### *1.2.2. Teoría de la Auto-Categorización del Yo (TAC) e identidad social*

Por su parte la Teoría de la Auto-Categorización del Yo (TAC), es una continuación del trabajo de Tajfel, (1981) luego de su muerte, por Turner (1985). La TAC propone que “las personas representan a los grupos sociales en términos de prototipos, entendiendo éstos como «representación subjetiva de los atributos definitorios (creencias, actitudes, conductas, etc.) que son activamente construidas y dependientes del contexto”. (Hogg, 1996: 231, en Scandroglio, López y San José Sebastián, 2008).

Dado que no es sencillo comprender las diferencias entre ambas teorías, adoptamos la siguiente especificación:

Mientras la primera se centra en procesos intergrupales y en la idea de que las relaciones entre los grupos surgen de la interacción entre procesos psicológicos y la realidad social, la segunda teoría amplía su ámbito para incluir la explicación de los procesos intragrupales de formación de grupo, cohesión, influencia o polarización. (Huici y Gómez Berrocal, 2004, en Scandroglio, López y San José Sebastián, 2008).

En TIS hay una clara diferenciación entre el propio grupo, *nosotros*, y otros de naturaleza similar, como *ellos*. La identidad social es determinada por la pertenencia a un colectivo y su valoración positiva o negativa, depende de ello. El individuo tiene un lugar en la sociedad, que dan pie a diferencias y similitudes categoriales de saliencia, desde el *Paradigma del Grupo Mínimo* que favorece al endo-grupo.

En tanto TAC, aporta unas diferenciaciones categoriales del Yo, entre lo interpersonal e intergrupar y la generación de *prototipos*, como ideales identitarios. Es decir, existen situaciones en las que prevalece la identidad grupal sobre la personal, en tanto en otras sucede lo contrario y ello está mediado por la cercanía al ideal de pertenencia. (Pichastor y Nieto, 2007). Los procesos categoriales están imbuidos en la conformación de tal identidad; de allí se desprenden los prototipos de representación: entendiendo como «representación subjetiva de los atributos definitorios (creencias, actitudes, conductas, etc.) que son activamente construidas y dependientes del contexto» (Hogg, 1996: 231, en Scandroglio, López y San José Sebastián, 2008). El sí mismo es dependiente de la identidad social y del cumplimiento de tales atributos y similitudes colectivas.

### **1.3 La identidad colectiva como herencia y creación de un grupo o nación.**

Desde esta perspectiva lo colectivo evoca la idea de grupo, reunión, cohesión, unido, social; es así como desde la conformación de los grupos y la cohesión de sus integrantes, la identidad hace relación a

la percepción de uno mismo y de los demás. Las dicotomías igual-diferente, dentro-fuera, propio-extraño, yo-otro, explican la esencia de la identidad, tanto individual como colectiva. Ésta requiere no solo del “nosotros”, sino también del (otro) frente al cual la persona o grupo se autoafirma como diferente (...). La identidad individual o grupal se construye mediante la diferenciación de sí mismo por comparación a otros. Esta igualdad (yo) - diferencia (otro), como elemento constitutivo de la identidad, se asienta sobre determinados rasgos objetivos que dan cuerpo, caracterizando, al individuo o grupo. Estos elementos pueden ser de naturaleza diversa

(en el caso de los grupos: lengua, raza, territorio, historia, etc.); la importancia atribuida a cada uno de ellos puede variar a lo largo de la vida del grupo (Blanco, 1994: 42).

A través de la relación inseparable: igual-diferente, propio-extraño que son los que permiten visibilizar unos rasgos culturales e identitarios, que emergen como un elemento constitutivo y constituyente de la persona o grupos que corresponde a la percepción de una identidad como sentido de pertenencia; como rasgos esenciales de esta identidad colectiva se pueden mencionar la existencia de una colectividad, conciencia de unicidad y diferenciación respecto a las colectividades y elementos característicos como la lengua, la raza, el territorio, la historia, que por supuesto están sujetos a variar de acuerdo a las dinámicas presentadas en cada contexto donde se encuentran inmersos. No obstante, los ideales compartidos por las personas, la posibilidad de pertenecer a un grupo y luchar por un territorio a través de resistencias en las que se experimenta opresión, es lo que le permite a la colectividad constituirse y a su vez identificarse como nación tal y como lo evidencian Herrera, Pinilla y Suaza:

La formación de una identidad nacional fue, —a los inicios del siglo XIX—, un proyecto revolucionario que hacía de una población un pueblo y de este un sujeto colectivo de la historia. Por cierto, no toda población estaba llamada a pertenecer al pueblo. La formación de una identidad nacional sirve, tanto para integrar a los grupos sociales dominantes, como para diferenciar a este ‘pueblo’, fundamento del incipiente orden republicano de la población ‘indígenas, bandoleros’. Es, a la vez, un mecanismo de integración y de diferenciación (Herrera, Pinilla y Suaza, 2003: 32).

En tal sentido, es importante mencionar que en estos colectivos de identidad, los conceptos culturales introducidos por Benedict (1993) acerca del surgimiento de la nación, describen la diversidad de mecanismos con los que se intentó construir imaginarios de nación e identidades nacionales. En sus palabras:

La mera posibilidad de imaginar a la nación solo surgió en la historia cuando tres conceptos culturales fundamentales, todas ellas muy antiguas, perdieron su control axiomático sobre las mentes de los hombres. La primera era la idea de que una lengua escrita particular ofrecía un

acceso privilegiado a la verdad ontológica, precisamente porque era una parte inseparable de esa verdad. Fue esta idea la que creó las grandes hermandades transcontinentales del cristianismo, el islam y todas las demás. La segunda era la creencia de que la sociedad estaba naturalmente organizada alrededor y bajo centros elevados: monarcas que eran personas diferentes de los demás seres humanos y gobernaban mediante alguna forma de dispensa cosmológica (divina). Las lealtades humanas eran necesariamente jerárquicas y centrípetas porque el gobernante, como la escritura sagrada, era un nudo de acceso al ser y algo inherente a él. La tercera era una concepción de la temporalidad donde la cosmología y la historia eran indistinguibles, mientras que el origen del mundo y el del hombre eran idénticos en esencia (Benedict, 1993: 62).

A manera de resumen, se presentan en la tabla 4, las diferentes aproximaciones al concepto de identidad.

Esta tabla resumen nos permite visualizar la aproximación por la que se opta en esta tesis. Este trabajo se desarrolla desde el paradigma de la Construcción Social del Sujeto. Según la Teoría de la Identidad Social, las categorizaciones sociales –que en la tabla anterior se han denominado variables explicativas- son instrumentos cognitivos que se utilizan para ordenar sistemáticamente el entorno social dentro y fuera de los grupos.

La identidad social de un individuo es "aquella parte del autoconcepto del individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social (o grupos) junto con el valor y el significado emocional que se le atribuyen a ese miembro-barco" (Tajfel 1981: 255). Esta noción de identidad social contiene una dimensión cognitiva (el conocimiento de pertenencia) así como una dimensión afectiva (la significación emocional que el individuo atribuye a su pertenencia a un grupo).

En esta tesis se opta por una aproximación a la identidad colectiva desde la Teoría de la Identidad Social porque se entiende que la identidad no es un concepto estático sino que, por el contrario, se entiende que, a lo largo de su vida, un ser humano va cambiando su propia percepción, así como la de su grupo de pertenencia, con capacidad de generar un corpus normativo y adaptarse a la normatividad colectiva de pertenencia, o *self* social. La identidad sería entonces “el resultado

de un proceso histórico selectivo o profundamente dinámico, resuelto a través de identificaciones siempre temporales, nunca permanentes”. (Recondo, 1997, en Vallejo, 2003: 44).

CONCEPTO	SIGNIFICADO	CATEGORIAS	VARIABLES
<b>IDENTIDAD PERSONAL</b> Construcción personal o self PREGUNTA: ¿Quién soy yo?	Contenidos y razones de la Autorepresentación del yo  PREGUNTA: ¿Qué soy	Características personales	V <sub>1.1</sub> . Historia personal
			V <sub>1.2</sub> . Auto determinación
			V <sub>1.3</sub> . Credos interiorizados
			V <sub>1.4</sub> . Aspectos existenciales
<b>IDENTIDAD COLECTIVA</b> Construcción social del sujeto. Definición del yo por reconocimiento del nosotros  PREGUNTA: ¿Quiénes somos en términos de identidad colectiva?; ¿Qué comparto con otros?	Contenidos y razones de la autorepresentación del nosotros  PREGUNTA: ¿Qué somos?	Características sociodemográficas	V <sub>2.1</sub> . Raza,
			V <sub>2.2</sub> . Edad,
			V <sub>2.3</sub> . Clase social,
			V <sub>2.4</sub> . Estado de salud física o mental,
			V <sub>2.5</sub> . Orientación sexual
			V <sub>2.6</sub> . Género,
			V <sub>2.7</sub> . Nivel educativo
		Características Psicográficas	V <sub>2.8</sub> . Participación intereses comunes
		Características Sociales	V <sub>2.9</sub> . Significado. Roles impuestos
		Dimensión cognitiva: Características antropológicas y culturales e ideológicas	V <sub>2.1.0</sub> . Autocategorización. Reconocimiento o sentido de pertenencia
			V <sub>2.1.1</sub> Narrativa. Cultura compartida
			V <sub>2.1.2</sub> Creencias compartidas
Dimensión emocional. Significación emocional atribuida a la pertenencia al grupo	V <sub>2.1.3</sub> . Evaluación		
	V <sub>2.1.4</sub> Importancia		
	V <sub>2.1.5</sub> Apego		
	V <sub>2.1.6</sub> Enraizamiento		
<b>IDENTIDAD DE PARTIDO</b> Construcción nacional Definición del yo por comparación con otros/ellos  PREGUNTA: ¿Quién no soy?	Contenidos y razones para identificarse con una ideología, un partido y sus adherentes  PREGUNTA: ¿Qué no soy?	Características ideológicas	V <sub>3.1</sub> Reconocimiento o sentido de diferencia
			V <sub>3.2</sub> . Conciencia de unicidad respecto a la lengua
			V <sub>3.3</sub> . Conciencia de unicidad respecto a la raza
			V <sub>3.4</sub> . Conciencia de unicidad respecto a la historia

Tabla 4. Variables explicativas de la identidad desde diferentes paradigmas. Fuente: Elaboración propia

Así, la identidad colectiva se va modelando con el tiempo; los procesos y cambios también se modelan en función de su propia estructura, para ser asimilados maximizando los beneficios minimizando los perjuicios. Ello nos evidencia que la identidad colectiva no es invariable y experimenta mutaciones. En este enfoque, la característica sobresaliente es la adaptabilidad, como un reordenamiento permanente de los rasgos identitarios en pos de los desafíos del contexto y de su naturaleza dinámica.

A continuación se representan gráficamente las variables que, exceptuando aquellas que en la tabla precedente se han categorizado como “sociodemográficas” explican la identidad social desde las teorías clásicas. Esta ilustración conformará la dimensión básica sobre la que se construye el Modelo para el Análisis de la Identidad Social del Sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios culturales y naturales

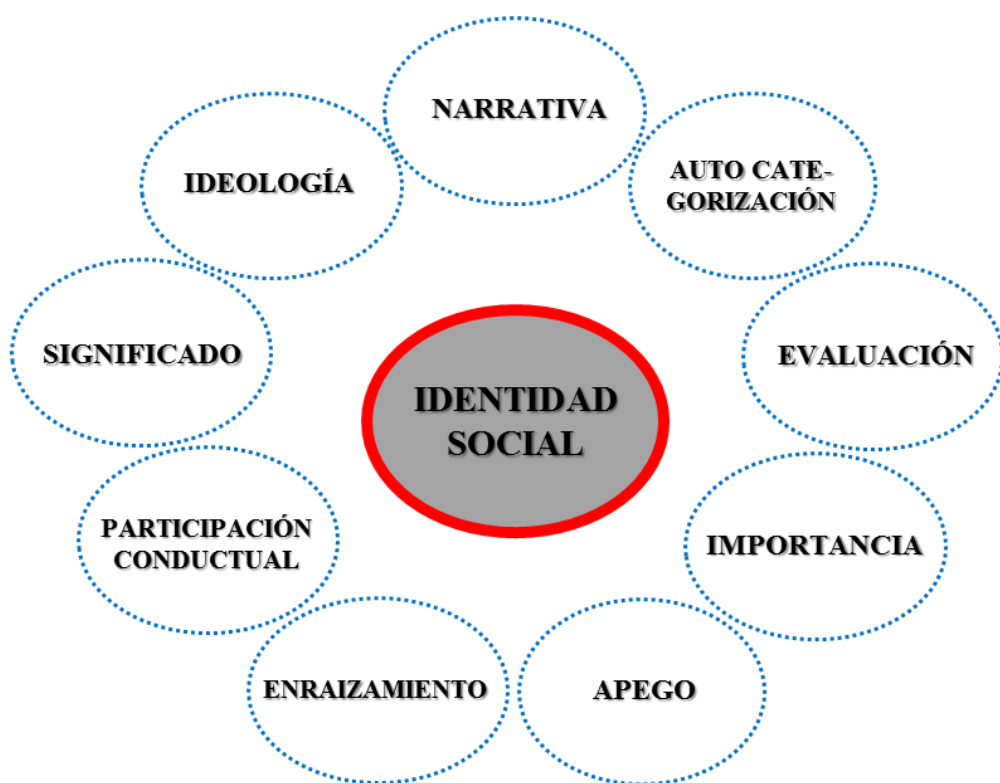


Ilustración 2. Modelo clásico de variables explicativas de la identidad social  
Fuente: Elaboración propia a partir de de Ashmore, Deaux y McLaughlin-Volpe, 2004

Avanzando en la reflexión, cabe señalarse que, en cuanto que la identidad no es estática, su configuración no está dada sólo en términos de reconocimiento de una historia común, sino que también incluye la resolución de conflictos y la búsqueda de modelos de desarrollo y de procesos que permitan la continuidad de la comunidad. Es en esta área de la identidad social donde actúan las políticas públicas, los modelos organizacionales y la búsqueda de soluciones de conflictos históricos de una cultura. La identidad es un proceso de construcción de sentido, visto éste como la identificación simbólica, en términos de autodefinición e individuación, que trasciende los simples roles. En consecuencia, la identidad social está estrechamente ligada con la identidad cultural. Concepto en el que profundizamos a continuación.

## **2. La Identidad cultural**

Tal y como se deriva de la reflexión anterior, la identidad social está asociada indisolublemente a desarrollos culturales e históricos, que explican la solidaridad de grupo, la competencia y la búsqueda de vías de futuro. Así, identidad social está estrechamente relacionada con la identidad cultural definida como “la forma de ser solidaria y comprometida, diferente y singular de cada comunidad para lograr la unidad amplia a partir de la convergencia de diferencias individuales” (Ander-Egg, 1981, en Orduna Allegrini 2012:31).

Desde la mirada de las ciencias sociales existe una multiplicidad de términos que van desde el término grupo, colectivo, cultura local, o grupo social. Se parte de la idea de que los contenidos profundos de la identidad colectiva de las sociedades locales, son históricos e incluyen permanentes referenciaciones y signos de su pasado, en todos los espacios y ámbitos de su acontecer, que expresan sus conflictos, creencias, labores y sus sistemas de vida, a través de la memoria colectiva, que es el factor que da sentido a la relación entre pasado, presente y las aspiraciones compartidas de futuro. Así, la identidad local se afirma en el libre reconocimiento de una historia colectiva. Tal identidad es completa sólo “si se percibe la existencia de una historia viviente (pasada, presente y futura) a la que cada uno de los habitantes de la sociedad local puede afiliarse”. (Orduna Allegrini, 2012: 32).

La identidad cultural se explica en el tiempo, de forma tanto sincrónica, desde la singularidad del grupo, a partir de los rasgos distintivos frente a otros grupos; pero también de forma diacrónica, desde las características culturales de larga permanencia en el tiempo. Tales miradas permiten ver la interrelación con otros grupos, donde el conflicto es parte del devenir de las comunidades en un proceso de regulación constante y permea la contraposición histórica entre tradición e innovación, lo estático y lo dinámico de la cultura, presentes en todo momento; pues la inmutabilidad de las tradiciones petrifica y genera estereotipos culturales, en tanto el desprecio por las tradiciones puede conllevar la disolución de la identidad cultural.

La globalización del mundo ha traído de vuelta la discusión sobre las identidades culturales, en pos de mantener la diversidad cultural y han generado la ampliación de dinámicas de oposición entre lo global y lo local. Ha generado además, el reforzamiento de nacionalismos, no siempre con expresiones pacíficas y la consolidación de una nueva visión de los estados en términos de observancia de su pluriculturalidad y la búsqueda constante de los estados nacionales de generar procesos dinámicos y exitosos de democracia intercultural. Tal visión cultural tiene gran importancia en la consolidación de un destino turístico, pues la identidad, es vista desde ese ámbito cultural, y es el soporte del destino determinado en el presente trabajo, para la ejecución de una experiencia de ocio. Por tanto, si la identidad cultural es susceptible de ser considerada como potencial recurso turístico cabe preguntarse, ¿qué elementos la componen?

La identidad cultural deviene según Martín Vallejo (2003) de tres factores: el histórico, el lingüístico y el psicológico.

El factor histórico porque la identidad cultural está condicionada por un pasado común, que cohesiona y genera tradiciones reconocidas. Este factor incluye la normatización del comportamiento grupal y el ordenamiento de la vida cotidiana que se manifiestan en los hábitos y costumbres, que funcionan como una segunda naturaleza en el inconsciente colectivo y se concatenan con el conocimiento experiencial que cada individuo tiene del conjunto total.

Tal concatenación está dada por elementos simbólicos, donde desde luego el lenguaje es el primordial corpus de símbolos y cohesión. Así, en segundo lugar, el lenguaje también común, tiene matices locales que se constituyen en rasgos identitarios propios.

Por último, el factor psicológico permite el reconocimiento de los rasgos culturales propios por parte de los individuos que constituyen el grupo, con el sentimiento de seguridad de la pertenencia y contribuye a reforzar su continuidad en el tiempo.

Además de los factores que señala Vallejo (2003), no se pueden excluir los bienes materiales e inmateriales, dados por el quehacer, con significados y sentidos propios para cada colectivo. Finalmente se hace necesario considerar el elemento emotivo o subjetivo, desde donde los miembros de una cultura aceptan sus creencias y valores que dan sentido a su pertenencia.

La tabla que se presenta a continuación resume las variables explicativas de la identidad cultural.

<b>CONCEPTO DE IDENTIDAD</b>	<b>CATEGORIAS</b>	<b>VARIABLES</b>
<b>Identidad como cultura</b>	Características históricas, lingüísticas y psicológicas	Patrimonio cultural material
		Patrimonio cultural inmaterial
		Normativización del comportamiento grupal
		Hábitos y costumbres
		Historia colectiva
		Elementos simbólicos: lenguaje
		Creencias
		Valores Afilación emotiva y sentimiento de pertenencia

Tabla 5. Variables explicativas de la identidad como cultura.

Fuente: Elaboración propia

Se observa sí que el patrimonio cultural aparece como un elemento fundamental en la construcción de la identidad cultural. El patrimonio cultural es en esta instancia, el referente simbólico por excelencia, que actúa no sólo en torno al mantenimiento de la integridad identitaria del territorio, sino en procesos de activación patrimonial, como factor de desarrollo, a través del turismo, mediante su expresión frente a los turistas y sobre todo como factor de autovalidación de las comunidades (Kravets y de Camargo, 2008).

Partimos de la teoría de la construcción social del sujeto con respecto a su grupo de pertenencia y de su espacio. Un espacio en el que, entre otras variables, ha lugar una cultura compartida. Es esta cultura compartida la que centra nuestro interés y, concretamente, las experiencias de ocio, entendidas como manifestaciones culturales que suceden en lo que Oldenburg (1999), denominó “terceros lugares”. El autor se refería con este término a espacios públicos, fuera de la casa o el trabajo, que ofrecen oportunidades para la interacción social.

Así, el ocio compartido o colaborativo sucede en ámbitos donde la empatía y el afecto y la generación de sentimiento de colectividad y comunidad son elementos determinantes para su buen desempeño. Estas expresiones múltiples son las que dan origen a un patrimonio cultural e inmaterial como fundamento de la identidad cultural de los pueblos y las comunidades, al tiempo que constituye una riqueza común para el conjunto de la humanidad; profundamente enraizadas en la historia local y en el entorno natural, encarnadas, entre otras cosas, en una gran variedad de lenguas como otras tantas visiones del mundo; estas constituyen también un factor esencial para la preservación de la diversidad cultural, conforme a la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural (Desantes, 2013: 15). Entendido todo esto como parte de nuestro patrimonio material/cultural e inmaterial. Asunto que se explicita en el siguiente apartado.

### **3. Patrimonio cultural**

Una tradición verdadera no es testimonio de un pasado caduco; es fuerza viva que anima e informa el presente. Lejos de implicar la repetición de lo que fue, la tradición supone la

realidad de lo que perdura...Un patrimonio que se recibe a condición de hacerlo fructificar antes de transmitirlo a los descendientes.

Igor Stravinsky, Poética musical. París, 1952.

El concepto de patrimonio, de acuerdo a la definición de la Real Academia Española, refiere al "*conjunto de bienes propios*" (2002: 1703), es decir, se trata de objetos materiales que pertenecen a un sujeto determinado. Frente a esta definición inicial, resulta interesante cotejar la diferencia que se puede establecer respecto del mismo término en lengua inglesa. Puesto que, para los anglosajones, la palabra 'heritage' (patrimonio) hace referencia de igual modo a la idea de bienes materiales como a la de 'herencia" (Santana, 2007: 21). La presente investigación tiene un interés especial por comprender y reflexionar sobre las experiencias de ocio que nos pueden propiciar estos bienes que han formado parte de nuestra identidad, herencia y cultura.

A través del patrimonio se puede leer nuestro pasado, es un espejo que nos describe lo que vivieron nuestros antecesores y el legado que nos han dejado, por lo tanto,

El patrimonio significa herencia viva que confiere sentido de continuidad, dado que vincula las generaciones anteriores con las posteriores. El valor patrimonial deriva de su capacidad como referente de un modo de vida. Y los objetos, o los bienes culturales tangibles, interesan como documentos, puesto que sirven para construir un discurso social y elaborar una reflexión antropológica sobre el patrimonio (Arévalo, 2010: 4).

No obstante, la dinámica de cambio y transformación que opera en la sociedad en que estamos sumergidos, parece demostrar que a medida que se pasa de una generación a otra, estos bienes materiales e inmateriales adquieren más sentido, se les da vida, nos permiten relacionarnos e identificarnos con aquellos que los construyeron y vivieron. Según Daes, el patrimonio es "todo lo que forma parte de la identidad característica de un pueblo, se puede compartir, si lo desea, con otros pueblos" (Huenchuan, 2004: 83). Por tanto:

Cuando hablamos de patrimonio cultural no podemos separar los productos de la cultura material de los símbolos y valores significativos de dicha cultura. Es decir, el patrimonio

tangible o material adquiere «significado» por el patrimonio intangible o inmaterial, y este, a su vez, necesita hacerse visible o adquirir «materialidad» a través de aquel; por consiguiente, ambos son inseparables” (Ministerio Educación, Provincia de Córdoba: 2013: 6).

Esta noción de co-dependencia tangible-intangible, afirma toda la riqueza y potencial de experiencias que se pueden tener cuando investigamos comprensivamente estos espacios.

En el caso particular de Colombia, en el artículo 4 de la Ley General de cultura 1185 de 2008, que modifica la ley 397 de 1997 es definido como:

El patrimonio cultural de la Nación está constituido por todos los bienes materiales, las manifestaciones inmateriales, los productos y las representaciones de la cultura que son expresión de la nacionalidad colombiana, tales como la lengua castellana, las lenguas y dialectos de las comunidades indígenas, negras y creoles, la tradición, el conocimiento ancestral, el paisaje cultural, las costumbres y los hábitos, así como los bienes materiales de naturaleza mueble e inmueble a los que se les atribuye, entre otros, especial interés histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico (Salge, 2014:18).

A partir de la anterior definición se deja entrever la forma como se institucionaliza el patrimonio cultural, dando sentido a lo existente y reconociendo el valor social que encarnan cada uno de los elementos constitutivos del mismo. Esto nos permite seguir en esta misma línea de trabajo y nos abre el camino para hablar de otros patrimonios que son parte fundamental en esta investigación. O sea, lo que comprendemos por mueble e inmueble, patrimonio inmaterial y paisaje cultural.

### **3.1. Patrimonio mueble e inmueble**

Se viene comprendiendo como el significado que tiene el “Patrimonio” en todos los aspectos de la vida de un pueblo, una región, un país y en general, en el mundo, es que nos movemos, vivimos y nos recreamos; en Colombia, el Patrimonio Cultural mueble (PCMU), y en particular

los bienes muebles de interés cultural, desde los inicios del siglo pasado han sido el soporte para conformar la identidad nacional; por ello, se han desarrollado iniciativas para proteger y conservar estos bienes, “por considerar que los objetos que los seres humanos producen son parte constitutiva de la vida, de las dinámicas y las relaciones sociales, y representan no solo las ideas, sino, en general, la cultura. Esto es evidencia de diferentes aspectos de la historia social, política y económica, y como tal, son fundamentales para interpretar no solo el pasado, sino también las construcciones simbólicas del presente. (Ministerio de cultura: 2013:9); además, los bienes que conforman el patrimonio cultural transmiten símbolos, nos relacionan con sucesos o eventos, evocan recuerdos colectivos y es desde estos aspectos que es posible construir y legitimar los momentos particulares de la historia.

Ahora bien,

El Patrimonio Cultural se desarrolló vinculado a la necesidad de preservar los bienes materiales como obra del ser humano y, posteriormente, de la naturaleza; luego el “otro” patrimonio, el generado por la antropología cultural, exige identificar los signos y las expresiones que subyacen a los valores éticos, las costumbres sociales, las creencias o los mitos de una determinada comunidad, reconocido necesariamente como “inmaterial”. La decisión política de independizar ambos mundos a través de un tratamiento jurídico (Desantes, 2013: 3).

Sin duda, el patrimonio no es simplemente algo pasivo sino un recurso dinámico que se puede aprovechar, de múltiples maneras, para convertirse en un motor de desarrollo económico y social de las comunidades y, ante todo, incidir efectivamente en la calidad de vida de todas las personas, en este caso, de todos los colombianos. Desde esta lógica, un simple recorrido por la Constitución Política de 1991, muestra diversas disposiciones que involucran el Patrimonio Cultural en los siguientes artículos:

Los bienes de uso público, los parques naturales, las tierras comunales de grupos étnicos, las tierras de resguardo, el patrimonio arqueológico de la nación y los demás bienes que determine la ley son inalienables, imprescriptibles e inembargables... (Art, 63)

El patrimonio cultural de la nación está bajo la protección del Estado. El patrimonio arqueológico y otros bienes culturales que conforman la identidad nacional pertenecen a la Nación y son inalienables, inembargables e imprescriptibles. La ley establecerá los mecanismos para readquirirlos cuando se encuentren en manos de particulares y reglamentará los derechos especiales que pudieran tener los grupos étnicos asentados en territorios de riqueza arqueológica... (Art, 72).

[...] La ley determinará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la nación. (Ministerio de Cultura, (2013:20) abordan el tema del patrimonio cultural mueble... (Art, 63).

Estos artículos abordan el Patrimonio Cultural de manera integral, donde lo material y lo inmaterial se tienen en cuenta de acuerdo a sus características particulares. Además, lo más importante de la normatividad vigente, es propender por la sostenibilidad de nuestro abundante y variado acervo cultural.

Con la publicación en 1999 del documento de política del Belvedere sobre el patrimonio y el ordenamiento, un concepto más dinámico e integrado del patrimonio se convirtió en política oficial. La clásica insistencia en la mera conservación -especialmente en el mundo de los monumentos construidos- dio paso a un concepto más dinámico de “preservación por medio del desarrollo”. En el documento se presentó una concepción de base, un marco integrado para una política relativa a los monumentos, los paisajes arqueológicos y culturales que comprendía asimismo varias herramientas para aplicarla. Se vinculaba explícitamente el patrimonio con ámbitos exteriores a él, como los del ordenamiento rural y urbano, la naturaleza y el paisaje, las infraestructuras, la arquitectura, la gestión del agua y otras disciplinas e intereses, en procura de beneficios mutuos (Schoorl 2005: 78).

En ese sentido, las políticas públicas, en especial, el ordenamiento territorial juega un papel crucial en la preservación del patrimonio, el cual contribuye al desarrollo socioeconómico de comunidades, empresas o individuos.

En otra instancia, la importancia que tiene la presente tesis, decantada en la comprensión del paisaje cultural cafetero (PCC) como patrimonio cultural. Se ejemplifica con algunos elementos materiales que forman parte del patrimonio cultural valorados por las comunidades, como el “*fogón de leña*”, que tiene un alto nivel de uso, considerándose fundamental en la vida cotidiana, además de dotar de un gusto único a las comidas; *el machete*, utilizado en la vida diaria del caficultor o recolector de café. Éste forma parte de su indumentaria de trabajo y sirve para desherbar, deshojar, destroncar, cortar plátano, leña, esterilla, para el “zoqueo”, para “bravear” y para danzas campesinas; y *la máquina despulpadora manual*, muy utilizada en la actividad cafetera de quitar la cereza del café, requiere mantenimiento, limpieza diaria y calibración cada seis meses. Es símbolo del trabajo cafetero y adorna la casa” (Panche, 2012: 11), todos estos objetos mencionados hoy día tienen vigencia y caracterizan a las comunidades que pertenecen a esta región de nuestra geografía nacional y son símbolos que donde quieran que estemos nos identifican y nos recuerdan situaciones de nuestra realidad.

### **3.2 Patrimonio inmaterial**

El patrimonio cultural inmaterial forma un conjunto vivo y permanente de recreación de prácticas, conocimientos, signos, símbolos y representaciones, que permite a las personas y a las comunidades, de todas las clases sociales, expresar las maneras de concebir el mundo a través de sistemas de valores y normas de referencia. Por lo tanto, “el patrimonio cultural inmaterial crea en las comunidades un sentido de pertenencia y de continuidad y es considerado como una de las fuentes principales de la creatividad y de la creación cultural”. (Desantes, 2013: 15), partiendo de estas afirmaciones será posible establecer cómo se construye experiencias de ocio a través de estos elementos que serán objeto de estudio.

Ahora, es de tener en cuenta que la noción de cultura es dinámica, mientras que la de patrimonio por la misma connotación que tiene refiere a preservación, constituyéndose en un elemento fijo, acabado y siendo un agregado de la cultura y teniendo en cuenta que cuando este revista un valor representativo para el estado o nación, que debe ser preservado pasa a ser “patrimonio –

especialmente del llamado “patrimonio inmaterial”- aunque, se debe ser muy cuidadosos que por su representatividad puede ser vinculado al mercado del turismo, convirtiéndose la cultura en un recurso rentable (Moya, 2011: 58). También se debe hacer alusión al paisaje cultural, como componente importante de este patrimonio inmaterial.

### 3.3. Paisaje cultural

Desde la geografía se ha conceptualizado el paisaje como una percepción humana ajena a la realidad, o capaz de construir su propia realidad. En este sentido el paisaje, la propia polisemia del término, permite considerar éste como un enunciado culto –artístico, creativo–, naturalista –geográfico, ecológico–, técnico (Serrano, 2012: 706), para el interés de la investigación, este es un planteamiento válido puesto que, en esta consideración geográfica, se tiene en cuenta la cultura, la técnica y la ley; elementos estos considerados fundamentales en la ordenación y gestión del territorio a través de la legislación territorial y patrimonial.

Además, cuando se habla de paisaje generalmente se piensa en una fotografía, una obra de arte, una escena cinematográfica, un objeto estético que es plasmado e interpretado por un artista, una imagen que inspira poesía, un espacio de contemplación, descanso; son innumerables las imágenes que se evocan cuando se habla de él; el paisaje no puede estar separado de un territorio concreto y la actividad del hombre. Ahora, pensemos en otro tipo de paisaje como “ el paisaje cultural que es la cara visible del territorio transformado por un proceso cultural histórico de relaciones sociales y productivas con un entorno determinado que se expresa en los símbolos, signos y valores de sus habitantes” (Duis, 2011: 84); en este sentido se integran componentes naturales y culturales, tangibles e intangibles, convirtiéndose así en patrimonio cultural.

Desde esta instancia, la convención del Patrimonio Mundial introdujo la categoría de *Paisaje cultural*, en diciembre de 1992, tras la revisión por el comité de los criterios de la Guía operativa para la implementación de la Convención [*Operational Guidelines for the Implementation of the World*], convirtiéndose así en «el primer instrumento jurídico internacional para identificar, proteger, conservar y legar a las generaciones futuras los paisajes culturales de valor universal

excepcional». Los «paisajes culturales» se reconocen como bienes de esta naturaleza, representando las «obras conjuntas del hombre y la naturaleza», citadas en el artículo primero de la Convención como ya se ha indicado a lo que al constituir la categoría, se añade que «Ilustran la evolución humana y sus asentamientos a lo largo del tiempo, condicionados por las limitaciones y/o oportunidades físicas que presentan su entorno natural y por las sucesivas fuerzas sociales, económicas y culturales, tanto externas como internas» (Sanz 2012: 694)

Dado lo anterior, *El Paisaje Cultural Cafetero*, por consiguiente, es una parte del territorio, “un ejemplo sobresaliente [...] del uso de la tierra, que es representativo de una cultura o de culturas” y está “directa o materialmente asociado con acontecimientos o tradiciones vivas, ideas, creencias” delimitado por la aplicación de atributos, y resulta del proceso histórico cultural de los pobladores de la zona que transformaron su entorno de manera continua y permanente generando una cultura cafetera de valor excepcional. (Duis, 2011: 97), una vez analizados estos criterios se declara el *Paisaje Cultural Cafetero* como Patrimonio Mundial de la humanidad, incluyéndose en la lista de patrimonio mundial de la UNESCO, el 25 de junio de 2011 durante la 35ª Sesión del Comité de Patrimonio Mundial. Con esta inscripción del Paisaje Cultural Cafetero, se apunta a “paisajes evolutivos” relacionados con un papel social y un respeto por las tradiciones de sus habitantes, buscando siempre mejorar su calidad, conservar sus ancestros e identidad, como se ha indicado desde que se inició el proyecto este es uno de los principales elementos de esta tesis.

En conclusión, se puede inferir que al hombre lo vincula una estrecha relación con los paisajes, que implican visiones, sensaciones, emociones, percepciones y sentimientos, que en ocasiones lo devuelven a vivencias que fueron significativas, todo esto nos permite hacer otras lecturas del paisaje, teniendo una mirada distinta sobre el mundo, el entorno natural y cultural, dando sentido a todas las relaciones que allí se tejen: hombre naturaleza, hombre cultura, hombre con el otro consigo mismo, con el hábitat, situaciones complejas pues lo llevan a redescubrir y plantearse nuevas en su propia existencia, también a reconocerse como único. (Sanz, 2012: 688). Todo lo anterior nos permite establecer relaciones entre cultura, identidad, patrimonio y paisaje.

#### **4. La relación entre cultura, identidad colectiva, patrimonio inmaterial y paisaje cultural**

A lo largo de este Capítulo se ha venido trabajando cultura, identidad colectiva, patrimonio y paisaje cultural. Estos elementos, permiten a sus diferentes actores y a todos los sujetos que intervienen en la construcción y reconstrucción del tejido social, desplegar su subjetividad en sus experiencias vitales y en cada uno de los espacios donde la interacción, los procesos de comunicación oral, textual y simbólica tienen lugar. Por lo tanto, la captura de esas subjetividades y de los procesos de subjetivación, es de vital importancia en la consolidación de una identidad particular o colectiva, que permite la comprensión de los imaginarios y aprehensiones del mundo que tienen los sujetos entorno a sus conocimientos, concepciones y patrones culturales. En definitiva, el valor del patrimonio reside en la capacidad que tiene como referente de una forma y estilo de vida. En este sentido, los objetos —los bienes culturales tangibles— importan tanto como los intangibles, ya que permiten construir un discurso social y hacer una abstracción antropológica del patrimonio (Arévalo, 2010: 4). En esta lógica de sentido, se puede decir que a partir del patrimonio se construye identidad social; las generaciones actuales se pueden comunicar con las generaciones que le precedieron, herencia esta que por su representatividad pasan a ser recursos atractivos y de impacto para conocer y re-conocer, lo que otros hicieron y vivieron, la manera de cómo se relacionaban, cuáles eran sus hábitos, rituales y prioridades al momento de tomar decisiones en sus modos de vida; con el tiempo, toda esta idiosincrasia cultural llega a convertirse en espacio de atracción turística, por todo el conocimiento valorado que poseen.

En tiempos presentes, la visión amplia y dinámica del paisaje cultural como patrimonio inmaterial deja permear un sentido de identidad, pertenencia y continuidad histórica con la transmisión de las expresiones, conocimientos y prácticas culturales.

#### **4.1. Cultura e identidad colectiva: pareja indisoluble para comprender el patrimonio de una región.**

A través del tiempo, la noción de patrimonio conlleva en uno de sus indicadores y exigencias el que sea representativo, valioso, significativo, para una agrupación humana, para un conjunto socio-cultural explícito en un momento histórico; relacionándose con la construcción y reproducción de la identidad, mecanismo por medio del cual un grupo marca su singularidad, al tiempo que se diferencia de otras entidades para un grupo socio-culturales. (Hernández y Rotma, 2010: 21). En el caso de nuestro interés, se hace alusión a la construcción de una identidad colectiva en estrecha relación con la cultura, el patrimonio y el paisaje, desde una mirada “*totalitaria*, valorando lo propio.

Según los planteamientos de Ander Egg (1992) la cultura se puede entender desde dos puntos:

- 1) Como modelo de ser, de hacer y de pensar, y como conjunto de obras e instituciones. Como manifestaciones en el plano intelectual se mencionan (saberes, creencias y valores), y en el material (las cosas que los hombres crean y utilizan). Así se considera la cultura un sinnúmero de signos, acciones, representaciones y ritos que se manejan en un contexto social. Igualmente son cultura las herramientas y maquinarias, los sistemas filosóficos y científicos, como también las reglas de conducta, modos, usos, hábitos e instituciones.
- 2) Como creación de un destino personal y colectivo. Esto expresa el modo de vida adquirido, la herencia que se transmite de generación en generación y los legados que nos dejan nuestros antecesores, que da un estilo determinado a cada colectivo (comunidad, pueblo o nación) y a cada individuo en particular (Bartolucci 2011: 263). Ahora podemos ver como la cultura, patrimonio inmaterial y paisaje cultural son elementos importantes en la construcción de identidad colectiva.

## 4.2. Cultura, patrimonio inmaterial y paisaje cultural como elementos importantes en la construcción de una identidad colectiva.

La cultura, pensada como un conjunto de valores, conocimientos, percepciones, creencias, ritos, hábitos, formas de comportamiento y anhelos de un grupo y colectividades, marcan su impronta en el territorio y visibilizan por medio de sus expresiones patrimoniales, lo cultural, el paisaje y la identidad.

Al respecto conviene decir que la naturaleza cambiante de todo elemento cultural, entre ellos los BCI reconocidos como patrimonio, pueden convertirse en un problema fundamental para las políticas culturales y la gestión responsable de este tipo de bienes. Según la definición de la *Convención* (UNESCO, 2003), el PCI es una “herencia viviente” (*living heritage*), metáfora que alude a prácticas de vida enraizadas en grupos sociales pero “recreadas constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia” (Art. 1).

Ciertamente, cualquier BCI es el producto de procesos sociales, y el concepto de patrimonio cultural defendido por la *Convención* asume esta idea, estableciendo que son tales procesos los que deben ser salvaguardados (Prott, 2001). Como es bien sabido, los BCI son prácticas sociales, son cambiantes aunque estén inmersos en una comunidad y le proporcionen un sentimiento de identidad y continuidad. Esa naturaleza cambiante es lo que genera una dialéctica entre *patrimonio* y *herencia cultural* (*cultural heritage*). (Cejudo, 2014: 194). Además, los productos culturales específicos de un territorio son un conjunto de “*saber hacer*”, culturas e historias desarrolladas alrededor de un territorio, organizadas para ser valorizadas a nivel local (fiestas, festivales, recorridos turísticos, senderos, gastronomía, etc.) mediante de la movilización de actores locales y una organización que resalte el vínculo entre producto y territorio. La cultura es también un “patrimonio” que se transmite de una generación a la otra, construyendo a partir de ello una identidad colectiva y un entramado de relaciones que se dan con el *otro*, los *otros* y el

grupo. (Fonte y Ranaboldo, 2008: 19), es decir, el paisaje es el producto de la puesta en práctica de una cultura territorial.

## **PARTE II. La relación entre el turismo, el patrimonio cultural inmaterial y la identidad colectiva.**

### **1. Introducción a la relación entre la identidad colectiva, el patrimonio y el turismo**

En la primera parte del capítulo se manejó como eje central la identidad colectiva y el patrimonio cultural, donde el yo, las relaciones intersubjetivas y el contexto, son determinantes en la formación de la identidad como construcción social. En este sentido se ha analizado cómo el patrimonio cultural está vinculado a la necesidad de preservar tanto los bienes materiales que el hombre ha construido y heredado de sus ancestros, como los inmateriales que le han dejado como legado. Asimismo, este último, constituye un conjunto vivo y en permanente recreación de prácticas y saberes, que al ser representativos, suscitan en los otros nuevas experiencias en los paisajes culturales, teniendo como oportunidad para ello el turismo. Además, se ha reflexionado sobre cómo, por medio del patrimonio, podemos leer el pasado, describir lo que vivieron nuestros antecesores y valorar el legado dejado; es decir, la herencia viva que otorga sentido de continuidad, ya que articula las generaciones anteriores con las posteriores.

Avanzando en la reflexión, de la relación entre la identidad colectiva y el patrimonio, cabe añadir la interrelación de éstos con el territorio y el turismo. En este sentido permite apuntar que el patrimonio está vinculado a un territorio y que los territorios se construyen históricamente y se categorizan en un escenario espacio-temporal de acuerdo a su representatividad, sus diferencias y distinciones. Así, el patrimonio se construye a partir de la selección de lugares y espacios con identidad propia.

A su vez, estos espacios se convierten en destinos turísticos en función de la voluntad del turista consumidor que es quien tiene la libertad de elegir, de acuerdo a sus intereses y preferencias, que espacios reconoce como atractivos patrimoniales (Carbonel, 2013: 14). Así la capacidad de atracción que tiene un lugar, se sustenta sobre el saber que sobre éste existe, pues, cuando se

selecciona un lugar para visitar y vivir, sentir y disfrutar, es porque este nos brinda experiencias y vivencias que posiblemente no encontraríamos en otros espacios.

Continuando con el hilo conductor del presente trabajo, en esta segunda parte se intentará hacer, primeramente, una relación más estrecha entre el patrimonio, la identidad y el turismo desde dos puntos de vista. En primer lugar se analizará relación del turismo con el patrimonio y la identidad colectiva en cuanto que éstas son consideradas recursos turísticos. De este modo, se hará referencia al turismo patrimonial como parte del turismo cultural y al patrimonio cultural y la identidad colectiva entendidos como recursos turísticos. En segundo lugar se analizará el turismo como ámbito de ocio que tiene efectos en la identidad colectiva y en el patrimonio cultural. Estos efectos pueden ser negativos ya que el turismo puede tener impactos adversos en los procesos sociales y culturales de las colectividades. Sin embargo, el turismo como ámbito de ocio también puede tener beneficios en la comunidad en la que se desarrolla. Así, la tercera parte presenta la perspectiva positiva: lugar donde se expone el turismo como ámbito de ocio que brinda la oportunidad para visibilización y arraigo de una identidad colectiva desde cuatro perspectivas: político-institucional, empresarial, socio-comunitaria y por, último, la perspectiva del usuario.

## **2. Patrimonio e identidad como recursos turísticos**

Por medio del patrimonio, se puede leer el pasado, describir lo que vivieron los antecesores y valorar el legado dejado, es decir, el patrimonio es la herencia viva que otorga sentido de continuidad, ya que articula las generaciones anteriores con las posteriores. En esta lógica se puede decir que a partir del patrimonio se construye identidad social; las generaciones actuales se pueden comunicar con las generaciones que le precedieron.

El valor del patrimonio nace de la capacidad que conlleva como referente de una forma y estilo de vida; además, los objetos —los bienes culturales tangibles— importan tanto como los documentos, ya que permiten construir un discurso social y hacer una abstracción antropológica del patrimonio (Arévalo, 2010: 4).

Con el tiempo, toda esta idiosincrasia cultural puede llegar a convertirse en espacio de atracción turística, es decir, en destino turístico. El patrimonio, debido a su representatividad como herencia cultural de los pueblos, puede adquirir atractivo turístico. En otras palabras, el patrimonio adquiere valor ya que permite a los visitantes conocer y re-conocer, lo que otros hicieron y vivieron, la manera de cómo se relacionaban, cuáles eran sus hábitos, rituales y prioridades que tuvieron al momento de tomar decisiones en sus modos de vida. El patrimonio se construye como atractivo turístico a partir de la selección de lugares y espacios por parte del turista. La transformación del lugar en destino turístico se realiza en función de la voluntad del turista consumidor, quien es el que tiene la libertad de elegir, de acuerdo a sus intereses y preferencias, cuáles reconoce como atractivos patrimoniales (Carbonel, 2013: 14).

En tal sentido, el turismo se desarrolla gracias a la capacidad de atracción de las identidades colectivas de los destinos que tienen como eje central el territorio y el paisaje. Es decir, el patrimonio está vinculado a un territorio históricamente construido de acuerdo a su representatividad cultural y a las diferencias o distinciones con respecto a otros escenarios. Cuando el turista selecciona un lugar para visitar, experimentar y sentir, es porque éste le brinda experiencias y vivencias que posiblemente no encontraría en otros espacios. Así, a partir de su puesta en valor como recurso turístico, el territorio y el paisaje consolidan su posición morfológica y funcional, ya que en ellos el visitante puede disfrutar de una serie de imágenes y tradiciones que quedan unidas como impronta en el *ser* de las personas. Esto es, el visitante disfruta al descubrir identidades culturales definidas a través de los rasgos culturales y de las imágenes de territorio. El turista disfruta de la memoria colectiva de los lugares y de la manera cómo estos influyen directamente en los significados que se tienen de la vida. El turismo brinda a los visitantes recursos culturales y patrimoniales tangibles e intangibles relacionados con los valores en interacción tanto con los pobladores nativos de la región como con los visitantes.

## 2.1. Turismo patrimonial, un sub-segmento del turismo cultural.

El turismo es uno de los sectores que ha tenido gran crecimiento en las últimas décadas, tanto de está que paso (2000-2010) como de aquellas que despidieron el siglo XX (1980, 1990). Son múltiples los argumentos que se pueden tener al realizar el desplazamiento temporal y voluntario fuera del lugar de domicilio como: descanso, educación, salud, negocios, visitas familiares, ocio y práctica de deportes entre otros. Generalmente, estos argumentos para los desplazamientos turísticos están relacionados al hecho que el lugar de destino posee atractivos tanto naturales como culturales, que no están disponibles en el lugar de origen; es decir, se puede hacer referencia de diferentes modos de turismo: sol y playa, ecoturismo, turismo cultural, de salud y turismo patrimonial, que es el interés propio del presente trabajo; por otra parte, el inicio del turismo está muy ligado al patrimonio cultural reconocido inicialmente por los pobladores de una región y posteriormente por el legado histórico e institucional de los gobiernos.

En el siguiente apartado nos ubicamos en el turismo patrimonial como una parte del turismo cultural.

Por lo tanto, más allá de lo que el territorio *es*, se entrevé una temporalidad representativa en medio de un territorio que *ha sido* y puede *llegar a ser* (De Uña, 2011: 261). Por tanto, las identidades se configuran tanto desde el territorio, como de los contenidos y significados que se hacen visibles; por ello, esto es una oportunidad para describir la complejidad entre las dinámicas socio-culturales, el patrimonio y el turismo en las relaciones entre paisaje socio-cultural y desarrollo territorial.

De igual modo, se puede afirmar que “el patrimonio, cada día y en mayor medida, es usado socialmente. Se trata de un recurso (construcción social) en permanente reformulación, que mediante el valor de cambio se ha convertido en un producto propio de los nuevos hábitos de consumo en la sociedad del ocio. Es un instrumento de desarrollo social y económico, pero también, un medio de identificación social y una categoría de estudio para entender la manera cómo las personas viven y sienten su pueblo, región y nación. Es decir, la cultura y su entorno

más significativo, el patrimonio, como recurso social y oferta turística, es capaz de generar riqueza, especialmente en los ámbitos locales donde no se reconoce el gran aporte patrimonial de los pueblos y las colectividades. Sin embargo, el valor del patrimonio está en lo que este significa desde los procesos sociales y sus temporalidades internas y no tanto por las formas que este reviste. De manera que el objeto, material o social, significa algo más allá de las formas: la idea que lo generó, los usos y funciones para los que se creó, el contexto en el que se originó (Arévalo, 2010:9).

Es importante destacar que la presencia del territorio vinculado a las condiciones existenciales de los seres vivos, especialmente de los seres humanos aparece como un atractivo para la actividad turística, como se viene describiendo. La afirmación anterior permite hablar de un turismo vivencial cuyo atractivo reside en “todas las actividades que pueden desarrollarse en el ámbito rural y que resultan de interés para los habitantes de las ciudades” (Cruz, 2011:106). Nos referimos a un tipo de turismo en el que se comparte un territorio con familias dedicadas principalmente a actividades agropecuarias, deportivas, de pesca artesanal, que abren sus casas para alojar a los visitantes; mostrando sus encantos y atractivos propios del lugar, que en ocasiones son experiencias únicas y que puede equipararse a lo que corresponde al ocio experiencial.

Es así como la Organización Mundial del Turismo (OMT) “considera que dentro de las formas de manifestación del turismo existe una modalidad denominada “turismo cultural”, en la cual predominan motivaciones de tipo cultural. El “turismo cultural” es la inmersión en la historia natural, el patrimonio cultural, las artes, la filosofía, y las instituciones de otros países o regiones. Dentro de esta modalidad turística podemos incluir el “turismo de patrimonio” que es la visita de personas no pertenecientes a la comunidad anfitriona, motivadas total o parcialmente por el interés en el patrimonio que ofrece una región, comunidad, grupo e institución (Guzmán y García, 2010: 30); lo que indica que es muy estrecha la relación existente entre estos dos tipos de turismo, puesto que las personas que gustan de este tipo de turismo, tienen como preferencia conocer otras culturas a fin valorar su legado patrimonial.

De igual forma, en las X Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires (2013), dentro de las motivaciones que mueven al Turismo (T), se enuncia como principal fuente, la curiosidad por conocer la dimensión cultural de un lugar; o sea, agrega lo que tiene relación directa con los “*bienes culturales*”, planteando una relación ineludible entre el patrimonio cultural y el turismo donde: “por una parte tenemos la conservación de la riqueza cultural en un territorio y por otra, una actividad que pone en valor dicho patrimonio, fomentando su rescate y conservación de las manifestaciones culturales tanto tangibles como intangibles que lo promocionan y difunden. Los “bienes culturales” se convierten así en atractivos turísticos ideales para diversificar la oferta turística, ampliando las rutas y circuitos turísticos (Szajnberg *et al*, 2013: 4), todo esto determina la importancia que tiene el territorio como promotor de turismo, más aún, cuando éste es un determinante de patrimonio cultural.

Dado lo anterior, se puede afirmar que el *Patrimonio Cultural* es una herramienta valiosa al momento de definir los territorios, ya que estos son el testimonio que obtenemos de la intervención del hombre en interacción con el medio, a través de la historia en un determinado espacio y tiempo el cual se configura lleno de significado como lugar; igualmente, esto ha permitido que se construya identidad individual y colectiva, dejando legados representativos para posteriores generaciones. También, es importante considerar el impacto que genera el turismo desde diferentes visiones perspectivas tanto negativas como positivas, lo cual es objeto de los siguientes apartados.

### **3. Diferentes perspectivas de los efectos del turismo en la identidad colectiva**

#### **3.1 Perspectiva negativa: el turismo como amenaza para la identidad colectiva.**

Como es bien sabido, la actividad turística tiene lugar en un espacio determinado y quiérase o no genera impactos tanto en lo social, como en lo cultural, económico y ambiental. Muchos de estos impactos son visibles como la rentabilidad económica producida en el interior de la región; sin embargo, otros son menos perceptibles dada su naturaleza inmaterial. Este es el caso de los

denominados impactos socioculturales entre los que cabe incluir la identidad colectiva y cultural de las comunidades locales de los destinos turísticos. Nos referimos a elementos tales como los saberes orales de uso y desuso que los hace difícil de ubicar en un tiempo y un lugar definido.

Los impactos sociales del turismo se pueden determinar por los cambios generados en la calidad de vida de los residentes de los destinos turísticos; tal como lo plantean Mendoza, Monterrubio y Fernández: “los impactos socioculturales del turismo han sido descritos como las formas en que el turismo y los viajes transforman los sistemas de valores sociales y colectivos, patrones de comportamiento, estructuras comunitarias, estilo y calidad de vida”. (Mendoza, Monterrubio y Fernández, 2011: 50).

De igual forma, los impactos socio-culturales del turismo están correspondidos con las transformaciones que se dan en la estructura social local, mejor calidad de vida, adaptación de los grupos sociales a la nueva situación presentada con las actividades del turismo, la aculturación turística y los cambios que esto genera en normatividades vigentes, la cultura material y los modelos culturales que se operan” (Morais, de Sena Junior y Fernández. 2014:137).

Es decir, desde una mirada antropológica, el turismo en cuanto a lo socio-cultural, genera cambios al llegar personas externas a interactuar en el medio tanto con territorio natural como con sus habitantes o nativos configurando otros modos de relación, otras dinámicas de paisaje, otra manera de hibridación de las culturas.

Los impactos sociales negativos pudieran provenir tanto desde “adentro”, desde las mismas culturas locales e internas como desde la lógica e intención de los turistas (externa) cuando visitan los lugares propios de estas culturas. Desde la perspectiva interna, los habitantes no alcanzan a percibir en la manera cómo el lugar pasa a ser un lugar valorado por sus tradiciones y modos de vida, pasando a ser solo un exotismo y no un modo de vida que sigue siendo vigente y que, de cierta manera, puede ser una alternativa al influjo acelerado de vida urbana que llevan los turistas en sus mega-ciudades. Desde el punto de vista externo, muchos visitantes o turistas, no alcanzan a dimensionar el valor patrimonial observado y sentido, sino que, hacen una

trasposición de los valores culturales a sus propios valores y modos de vida, perdiendo con ello la riqueza de aprender de otras culturas, tanto en su cosmovisión de vida como en sus prácticas y trayectoria vividas. No obstante, también vislumbran perspectivas positivas del turismo, asunto que se aborda en la siguiente parte.

### **3.2 Perspectiva positiva: el turismo como oportunidad para la identidad colectiva**

Así como el turismo puede traer aspectos negativos, esta también se considera como un sector generador de oportunidades.

Las oportunidades del turismo para las comunidades locales son variadas. En primer lugar, el turismo puede generar beneficios económicos. El desarrollo turístico favorece la diversificación económica y la generación de empleo. Así el turismo puede hacer de los destinos espacios propicios para emprendedores de economías locales, lugares donde se genere la posibilidad de crear negocios. De este modo, el turismo puede ser un potenciador de crecimiento y del desarrollo social y económico de las áreas en que se desenvuelve.

En segundo lugar, el turismo puede generar beneficios medioambientales.

En tercer lugar, destacan los beneficios socioculturales del turismo. El turismo tiene la capacidad de convertirse en un protector de culturas autóctonas de un lugar, conservando sus tradiciones y protegiendo el medio ambiente. Es esta perspectiva la que se convierte en objeto de interés de esta tesis. A este respecto, Castells (1997) nos habla de tres posibilidades diferentes de reforzar la construcción de la identidad social construcción desde:

- 1) La identidad legitimadora, con instituciones fuertes y una sociedad civil que mantienen la cohesión y el orden social.
- 2) En segunda instancia, la identidad de resistencia. Esta instancia explica cómo las comunidades de exclusión, que también forman parte de una comunidad mayor, en

condiciones de estigmatización y resistencia frente al statu quo, generan sus propios escenarios de inclusión, propios de las subculturas a las que pertenecen.

- 3) Finalmente, la identidad como proyecto, como un plan de vida, que busca transformaciones sociales en el grupo y no es extraño que se derive de largos procesos identitarios de resistencia. (Castells, 1997, en Vallejo, 2003: 46).

A continuación profundizamos en este aspecto y describimos de manera sucinta, algunas potencialidades del turismo como favorecedor de la identidad cultural y colectiva desde diferentes perspectivas: desde la perspectiva de desarrollo político, institucional del turismo; desde la perspectiva empresarial; y desde la perspectiva de desarrollo comunitario.

Algunos impactos socioculturales del turismo se pueden evidenciar en la siguiente tabla.

TIPO DE IMPACTO	CONSECUENCIAS POTENCIALES
Historia y arte	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Preservación y rehabilitación de monumentos, edificios, lugares históricos.</li> <li>*Creación de sitios de interés cultural.</li> <li>*Revitalización de formas de arte tradicional: música, literatura, teatro, danza.</li> </ul>
Tradiciones y costumbres.	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Revitalización de las tradiciones locales: artesanías, festivales, folclor, gastronomía etc.</li> <li>*Revitalización de lenguas minoritarias.</li> <li>*Mercantilización extrema de lo autóctono.</li> </ul>
Creencias, valores y normas	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Intercambio cultural entre turistas, visitantes y residentes.</li> <li>*Cambio en valores sociales y creencias religiosas.</li> </ul>

TIPO DE IMPACTO	CONSECUENCIAS POTENCIALES
	*Cambios en la estructura económica y roles sociales. *Aumento de problemas sociales: crimen, prostitución, etc.

Tabla 6. Principales impactos del turismo a nivel socio-cultural  
 Fuente: Adaptado de Ayuso y Fullana, 2002. Desarrollo Sostenible

### 3.3 Perspectiva político-institucional: el valor político de la identidad en el turismo.

Tal como lo plantea Muller (en Perdomo, Arias y Lozada, 2013), las políticas oficiales no son solo un proceso de decisión, sino el lugar donde una sociedad construye su relación con el mundo. Una política pública, es entonces, la construcción de una imagen de la realidad sobre la cual se quiere intervenir” (Perdomo, Arias y Lozada, 2013: 178). Es así como, en el desarrollo de la economía de un país, y considerando que las tendencias actuales del turismo posicionan el sector de una economía emergente, Colombia ha buscado en el turismo una actividad económica de orden mundial a través de la implementación de políticas públicas.

En esta misma línea discursiva, se plantea que los territorios son construcciones sociales

Llevadas a cabo por la elección de agentes globales, nacionales, principalmente de agentes locales. Por consiguiente, lo que importa en este análisis es la producción territorial solidaria de comunidades articuladas para la oferta de actividades turísticas. Las formas de producción territorial de comunidades son llamadas por Perico (2008: 54) "territorios de identidad" y "territorios de ciudadanía." Pues "la base de la delimitación es la identidad, factor estructurante de la organización y de la movilización que integra comunidades (...). Es el poder de acción política que promueve rutas de gobernabilidad basadas en la acción colectiva” (Coriolano y Ciose, 2013:10).

En consecuencia, las políticas locales visibilizan el carácter solidario de las comunidades, buscando con ello mejorar la calidad de vida. En palabras de Bourdin (2001: 199), el local se

desarrolla por la idea de “vivir juntos” asociado a la defensa de intereses colectivos, de la identidad, valores y cultura local y conservación de los ecosistemas locales. De ahí que el territorio local se identifique con un:

Grupo de individuos y familias que comparten los mismos valores y conviven juntos en un territorio en que se desarrolla el conjunto de la actividad colectiva e individual, después como se comparte un mismo territorio por varios grupos comunitarios (Coriolano y Ciose, 2013:11).

El caso de América Latina ofrece un ejemplo de como el control de los territorios se ejerce a través de diferentes instancias como las asociaciones, sindicatos, cooperativas, así como formas de organización teniendo como fundamento las políticas que satisfacen las necesidades locales y fortalecen lo comunitario. Por ejemplo, la legislación colombiana que rige toda la industria turística del país, se sustenta en la Ley 300 de 1996, conocida como la ley general de turismo; amparado en esta ley se genera la formulación de la Política y Planeación de Turismo al Ministerio de Desarrollo (Art. 12) que más tarde formó parte del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, según la publicación del CONPES 3397 DE 2005<sup>4</sup>; es la misma Ley Marco la que crea el Plan sectorial de Turismo dentro del Plan Nacional de Desarrollo que debe presentar cada presidente en su primer año de gobierno (Benavides y Venegas, 2013:8). Por tanto, es a través del CONPES como se maneja el fortalecimiento de la institucionalidad, la participación interinstitucional en el ámbito regional y nacional, así como la regulación y supervisión de la misma, con el fin alcanzar una oferta turística competitiva, donde se tiene como requerimientos, una política de preparación de destinos turísticos, de empresas prestadoras de servicios turísticos y la puesta en valor del Patrimonio Cultural, que permita su recuperación y sostenibilidad; todo esto, a través del apoyo en la formulación de proyectos de turismo y la aplicación de indicadores de competitividad.

---

<sup>4</sup> Los documentos CONPES son trabajados por el Consejo Nacional de Política Económica y Social de la República de Colombia, y por el Departamento Nacional de Planeación. El CONPES 3397 aplicable al turismo tuvo sentencia el 28 de noviembre de 2005.

El Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES), en el año 2008, aprobó el documento 3527, que en su estrategia de promoción de sectores de clase mundial, liderada por el Ministerio de Comercio, industria y Turismo, enmarca dentro del eje estratégico a Colombia como: destino turístico de clase mundial, propone acciones enfocadas al aumento de la competitividad de los destinos a partir del mejoramiento de la infraestructura turística para el desarrollo regional, el manejo de la erosión costera para recuperación de playas en el litoral Atlántico y San Andrés, así como el fortalecimiento de la seguridad mediante la capacitación y dotación de la policía de turismo (Salcedo, 2013:9), buscando con esto la protección de las playas. Como se puede observar, el turismo promueve políticas públicas que no se afincan solo en el divertimento de los turistas sino en la destinación de recursos y dividendos para el mantenimiento de los entornos tanto naturales como culturales, caso de reservas de bosques como de entornos donde nativos aún conservan modos de vida tradicional.

### **3.4 Perspectiva empresarial: la identidad y el patrimonio inmaterial como producto.**

Hoy por hoy es necesario tener una mirada sobre el patrimonio más amplia y flexible, para que nos permita identificar todos sus componentes y prácticas sociales a través de los cuales, los grupos pueden reconocerse y representarse. “Es en estos escenarios donde el patrimonio adquiere sentido pleno como eje fundamental en los procesos de identificación colectiva” (Romero, 2010: 101); aunque es de anotar, que hoy por hoy puede ponerse en riesgo, cuando se desvaloriza, gradualmente, el patrimonio cultural en cuanto a su expresión de cultura, “que está fuertemente territorializada, por resultar disfuncional para el juicio homegeneizante y desterritorializador de los mercados globales” (Zúñiga, 2014:153). Esto es lo que ha permitido ver en el turismo un recurso posible de ser administrado en términos de empresa, lo cual puede poner en riesgo la identidad por la intervención del capital privado, ya que se le ha dado un valor agregado al patrimonio cultural como destino turístico.

Además, desde una visión empresarial, el sector del turismo deja de percibir la demanda solo como consumidores, porque piensa a los individuos como productores de información sobre la

cual la empresa experimenta; es decir, el turismo se ve abocado a una transformación identificada por una política continua de ampliar la brecha que separa las perspectivas de la demanda y las particularidades de los productos turísticos (Benavides y Venegas, 2013), por consiguiente, es aquí donde cada empresa tiene que buscar ser más competitiva, pero a su vez, de protección y preservación ambiental, al prestar sus servicios.

En este sentido, el patrimonio cultural origina variadas actividades que pertenecen a distintos perfiles profesionales: arqueólogos, antropólogos, arquitectos, ingenieros, juristas, historiadores, geógrafos, economistas, restauradores y científicos entre otros; o sea, son muchas las profesiones que se encargan día a día de la conservación, propagación, comisión y en últimas de la puesta en valor del patrimonio cultural (Romero, 2010: 106); siguiendo los planteamientos de este autor, el ámbito más importante de la actividad privada con referencia al patrimonio cultural, se encuentra en el turismo, este es el sector que posee el mayor número de empleos en torno al patrimonio cultural y el que crea genera riqueza. La meta es generar empresas sostenibles desde un turismo responsable, y sustentables al generar empleo a los mismos habitantes de las comunidades locales; asunto que se trata a continuación.

### **3.5 Perspectiva socio-comunitaria: el ocio y su relación con el turismo vivencial como un aporte a la identidad colectiva.**

Siguiendo el hilo conductor de este apartado, del patrimonio se contraen obligaciones que cada generación debe asumir para ponerlo en presente:

entender que existe en un momento una comunidad que comparte un determinado pasado. Es por tanto un proceso de búsqueda de raíces, de una identidad, y la contribución de sentido se encuentra en el diálogo donde se enfrentan distintos actores que deciden construir algo en común. (Pagán, 2013: 190).

De esta forma se llega a una construcción social tanto de una persona como de una colectividad, sin dejar de lado una temporalidad de lo que fue, lo que es y lo que será.

Ahora bien, el turismo es indefinido, o sea, no es patente o tangible como una cosa en un espacio; no obstante, lo que le da forma, son los lugares construidos gracias a los significados de las personas, así como sus recursos y culturas, transformadas en atractivos turísticos. En lo sustancial, el turismo es experiencia de ocio vivida en el viaje, aunque no todo ocio es turismo, al igual que todos los viajes no son turismo (Coriolano y Ciose, 2013:9), indicando con esto que hay otros requerimientos para hablar de turismo; como son el trabajo que se genera y los turistas que viajan.

En esta tesis interesan los canales de construcción de la identidad social desde el tercer punto de vista señalado por Castells ya que se estudia cómo las experiencias y estilos de ocio turístico tienen potencial generador y revitalizador de la identidad colectiva. Cuando el turismo se convierte en ámbito de ocio favorece una serie de beneficios tanto para el individuo o turista que lo disfruta como para la comunidad local residente en el lugar en que se desarrolla.

#### **4. Beneficios personales del ocio turístico**

La categoría de análisis que se empleará para describir los beneficios personales se refiere a la capacidad del turismo para mejorar la calidad de vida de los pobladores locales. Nos referimos a la identificación del impacto de la experiencia de ocio vivida en el viaje en la salud mental, física, la satisfacción vital y el crecimiento personal de los turistas y los habitantes del municipio.

La calidad de vida es un concepto multidimensional que involucra diferentes grados de aspectos emocionales, intelectuales, culturales y materiales: incluye el estilo de vida, la vivienda, el empleo, la economía, la relación social y satisfacción personal (Eisenberg, 2007). Ésta cubre todos los aspectos de la vida, tal y como son experimentados por los individuos, ya que comprende tanto la satisfacción material de las necesidades como los aspectos relacionados con el desarrollo personal, la autorrealización y con un ecosistema equilibrado, como lo pone de relieve Solomon (1980) en un estudio para la UNESCO (González y Sánchez Tovar, 2006). Por tanto, a la calidad de vida podemos asimilarla como la suma de sensaciones subjetivas y personales del sentirse bien, en los términos del paradigma del “bienestar” de una persona; en

otras palabras es el grado en que se satisfacen las necesidades humanas (Nutbeam, 1986 en Zaragoza, 2007; Setién, 1993) y que le permiten al ser humano un pleno de su vida personal que lo hace funcionar con los demás.

El pleno de la satisfacción, traducido a felicidad y percepción de bienestar, está íntimamente ligado al estado de salud física-mental, como resultado de la calidad de vida. Siendo los estilos de vida, los hábitos diarios y en conjunto, al entorno social en el que se desarrolla la persona, así como a la forma subjetiva de vivenciar (Zaragoza, 2006), los elementos constitutivos de la calidad de vida.

Morales (2004) afirma que uno de los elementos primordiales de la calidad de vida son los estilos, esto es la manera general de vivir, basada en la interacción entre las condiciones de vida, en su sentido más amplio y las pautas individuales de conducta determinadas por factores socioculturales y características personales.

De tal forma que, si los individuos tienen conductas saludables repetitivas y continuas, por ende tendrán estilos saludables positivos (Delgado, 2002). Las conductas favorables repetitivas que parecen influir en la calidad de vida, según Fernández Ballesteros y Maciá (1993) en Jürgens (2006) son las siguientes: salud, aptitudes funcionales, el ser capaz de cuidar de uno mismo, la condición económica, las relaciones sociales, el acceso a los servicios sociales y de salud, la calidad de su vivienda y, en el contexto próximo, el poder sentirse satisfecho con su vida, poder acceder a oportunidades culturales y educacionales, el tener la oportunidad de aprender nuevas cosas y el desarrollo de la corporeidad a plenitud.

## **5. Beneficios sociales del Ocio**

En segundo lugar cabe destacar los os beneficios del turismo como ámbito de ocio desde una perspectiva social que trasciende al individuo de modo que las consecuencias de su experiencia evidencian su potencialidad en cuanto proveedor de beneficios sociales. Esta perspectiva fue

liderada por Roger Sue (1980) quien señala tres funciones sociales básicas: la función de socialización, la función simbólica y las funciones terapéuticas.

Como ya se ha mencionado en el primer capítulo de esta tesis y sin restar importancia a los beneficios del ocio hasta ahora apuntados, esta tesis se enmarca dentro de esta perspectiva de análisis de los beneficios del ocio que trascienden lo personal y generan efectos positivos en la comunidad. Más específicamente se interesa por la función que Roger Sue denomina “función simbólica” de ocio y que hace referencia a la afirmación de la personalidad bien sea personal o colectivamente. La vigencia, actualidad e interés de la vertiente social de los beneficios del ocio queda de manifiesto en la preeminencia que le otorga la misma Asociación Mundial de Ocio quien, tal y como afirma Goytia (2008), en el Congreso Mundial celebrado en 2006, bajo el epígrafe “Ocio y calidad de vida: el impacto del ocio en el desarrollo social, económico y cultural”, redactó el Comunicado de Hangzhou (China). El comunicado tiene como premisa fundamental confirmar que “el ocio es parte integral del desarrollo social, cultural y económico tanto de la sociedad occidental como de las sociedades en vías de desarrollo” (World Leisure and Recreation Association, 2006).

### **5.1. Perspectiva del usuario: el papel de la identidad y el patrimonio inmaterial en la vivencia de experiencias turísticas auténticas.**

De manera general, las actividades turísticas se definen con el siguiente criterio: “Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que se le sean proporcionados los servicios” (Campodónico y Chalar, 2013: 56), las actividades turísticas conllevan características singulares en las vivencias que se obtienen, al participar en ellas porque nunca serán iguales; aunque se vaya a un mismo destino cada viaje tiene experiencias distintas.

Ahora bien, el patrimonio cultural entendido como testimonio de las muchas vivencias de los grupos sociales, como integrantes de una colectividad, presenta diversas combinaciones; considerando todo los elementos tangibles y espirituales que son los que dan sentido y significado a las producciones culturales transferidas de generación en generación. Este legado se compone de todos los saberes y prácticas populares, las fiestas y celebraciones, la gastronomía, las artesanías, el patrimonio histórico-arquitectónico; es decir, toda elaboración material y simbólica de los grupos sociales que integran un determinado sistema de representación simbólica. Por medio de él, los individuos establecen intercambios culturales, manifestando sus vínculos identitarios; es por ello que “la identidad es un proceso social y se define como las fuentes de significados y experiencias construidas [...] a partir de la materia prima que provee la historia, la geografía, la biología, las instituciones de poder y las revelaciones de cuño religioso (Castells, 1999:23). Tales significaciones son constantemente remodeladas y construidas, y obedecen a procesos de selección y apropiación por parte de los grupos sociales, de acuerdo con determinado momento o contexto histórico (Carvalho y Netto, 2010). El patrimonio cultural constituye una representación simbólica de la identidad, una expresión de los distintos nosotros del nosotros, a través de las interacciones que se dan en los diferentes espacios que comparten tanto usuarios del turismo como agentes de servicio.

Por otra parte, la UNESCO, en los últimos años, ha reconocido la importancia del patrimonio cultural inmaterial como motor de la diversidad cultural, donde su naturaleza y exclusividad se la dan las características que poseen al ser nativos de la zona, son autóctonos, auténticos, y representan para el turista una oportunidad exclusiva e irrenunciable de tener nuevas experiencias, nuevos conocimientos, convirtiéndose en reforzadores de la oferta cultural (Cova, 2014: 5), esto permite evidenciar el papel que juega la identidad y patrimonio inmaterial en las vivencias y experiencias turísticas auténticas.

Además, tampoco podemos dejar de reconocer que se puede establecer una relación entre el ocio, turismo y espacios, a través de los beneficios que éstos nos aportan, según (Biurrun y

Rubio, 2015) se establece una conexión entre las formas serias del ocio (y sus beneficios) con respecto a la identidad del individuo que las practica. En palabras de Stebbins, el ocio serio:

Implica la búsqueda sistemática de una satisfacción intensa por medio de una actividad amateur, de voluntariado o de un hobby que los participantes encuentran tan importante y atractiva que, en la mayoría de los casos, se embarcan en una carrera de ocio con la intención de adquirir y expresar la destreza, conocimientos y experiencia necesaria en ella”. (Stebbins, 2000. P. 112).

Como beneficios exclusivos de este tipo de ocio se pueden mencionar: la autorrealización, el auto-enriquecimiento, la autoexpresión, la renovación o regeneración de la identidad propia, el sentimiento de realización o logro, la mejora de la imagen personal o autoimagen, la interacción social, y sensación de pertenencia al grupo, además de los relacionados con la salud y los conocimientos adquiridos.

Los impactos sociales del turismo se pueden determinar por los cambios generados en la calidad de vida de los residentes de los destinos turísticos; tal como lo plantean Mendoza, Monterrubio y Fernández, “los impactos socioculturales del turismo han sido descritos como las formas en que el turismo y los viajes transforman los sistemas de valores sociales y colectivos, patrones de comportamiento, estructuras comunitarias, estilo y calidad de vida” (Mendoza, Monterrubio y Fernández, 2011: 50), aunque cabe notar, que no es fácil delimitar estas categorías por las mismas dimensiones socioculturales, ambientales, y económicas que se manejan en las comunidades; es decir, las personas tiene un *modus operandi* de manejar una economía local que se distancia de una economía que capta recursos de los visitantes o turistas que se acercan al lugar patrimonial.

De igual forma, los impactos socio-culturales del turismo están correspondidos “con las transformaciones que se dan en la estructura social local, mejor calidad de vida, adaptación de los grupos sociales a la nueva situación presentada con las actividades del turismo, la aculturación turística y los cambios que esto genera en normatividades vigentes, la cultura material y los modelos culturales que se operan” (Morais, de Sena Junior y Fernández, 2014:137); es

decir, desde una mirada antropológica, el turismo en cuanto a lo socio-cultural, genera cambios al llegar personas externas a interactuar en el medio tanto con territorio natural como con sus habitantes o nativos configurando otros modos de relación, otras dinámicas de paisaje, otra manera de hibridación de las culturas.

Además, se evidencia la relación entre hombre, naturaleza y paisaje, así como la manera en que estos elementos interactúan y permiten mejorar los estilos de vida de los habitantes y visitantes; en ese sentido, el municipio de Salento Quindío comprende en su territorio un sin número de atributos paisajísticos, naturales y culturales que contribuyen a la satisfacción personal y a la calidad de vida. Esto se puede apreciar a simple vista por su alto flujo turístico, por ser patrimonio siendo parte del paisaje cultural cafetero sin haber allí una notable vocación de ese agrocultivo, sino debido a su bella y emblemática arquitectura, su riqueza histórica siendo este el primer municipio fundado en el departamento del Quindío y su estratégica ubicación en el antiguo camino nacional, es cuna de la palma de cera (*Ceroxylon quindiuense*) que es además la arecaceae más alta del mundo y árbol nacional de la república de Colombia, por contar con un clima placentero y una riqueza biogeográfica incalculable que abarca desde los 1600 hasta los 5000 m.s.n.m en la cuenca alta del río Quindío, zona que además hace parte del Parque Nacional Natural Los Nevados, PNN.

Esto es a simple vista, hecho el trabajo de campo y aplicados los instrumentos se conocerán las razones que dan origen a estos fenómenos, los cuales generan a su vez otras situaciones en la transformación del territorio y la cultura, y como indican Duis y Saldarriaga “Un territorio que es paisaje y patrimonio implica un desafío para el sistema nacional de cultura, para el ordenamiento territorial, para la gestión ambiental y para el desarrollo rural, en términos de política de conservación y manejo del legado cultural y ambiental” (Duis y Saldarriaga, 2011).

Todas las actividades humanas generan cierto impacto en el entorno, en el territorio que se realicen y el turismo no es la excepción, sin una buena administración y planes de conservación del medio ambiente y mitigación del impacto de las actividades turísticas el deterioro de la

naturaleza y el paisaje es inminente, y ya que son estos los atributos que generan calidad de vida y atraen los visitantes, terminan por acabarse tanto el territorio como la actividad turística, en el caso contrario de haber una buena gestión administrativa, ambos, territorio y turismo generan una simbiosis basada en la conservación de los principales atractivos. Por ejemplo, en las ciudades con el sello *cittaslow* donde el principal atractivo es el estilo de vida tranquilo y silencioso, de correrse la voz de su arroyadora y nutritiva calma, aumentaría el flujo turístico y la calma que lo hace tan atractivo se convertiría en una multitud.

Un modelo para el uso y conservación del patrimonio debe considerar las características específicas de cada territorio, y los ecosistemas y comunidades que los conforman. Por ejemplo el ecosistema de páramo presente en la cuenca alta del río Quindío requiere un uso y manejo estricto, que se establezca la capacidad de carga de los caminos y se regule la actividad turística, integrando las comunidades que habitan allí en programas de turismo ecológico, conservación y recuperación ambiental, como alternativa ante la ganadería extensiva que se practica en la región actualmente y tanto deteriora este frágil ecosistema, los cuales “son considerados como biomas exclusivos de las montañas neotropicales que se extienden a manera de islas sobre las cadenas montañosas de Costa Rica, Panamá y los Andes de Venezuela, Colombia, Ecuador y el norte del Perú” (Cleef 1978, Molano 1989, Luteyn 1999). Solo presente en 6 países y el 60 % de ellos se encuentra en Colombia, “los páramos se consideran los ambientes de montaña más ricos en especies y géneros del mundo, en comparación con otras floras de alta montaña” (Cleef 1979, Luteyn et al. 1992).

Cabe resaltar la importancia de la conservación de estos ecosistemas pues “se ha estimado que Colombia tiene entre 45.000 y 55.000 especies de plantas vasculares, una alta riqueza si se tiene en cuenta que nuestro país, con 114'174.800 hectáreas, es 6.5 veces más pequeño que Brasil, cuyo número de especies se estima alrededor de 55.000 (IAvH sin fecha), los ecosistemas paramunos colombianos también poseen una alta riqueza vegetal, pues se ha considerado que tienen cerca de 3.422 especies de plantas, de las cerca de 4.300 especies que se encuentran en toda la región paramuna” (IGAC 1988<sup>a</sup>) claramente estos son unos bancos de biodiversidad y

riqueza territorial que “además, de su importancia biológica, los ecosistemas de páramo proporcionan bienestar y vivienda para una buena parte de la población y son cruciales en la regulación de los ciclos hídricos y de los caudales de las corrientes, constituyéndose así en una importante reserva de agua para numerosas regiones de suramérica” (Pedraza, Betancur y Franco 2004).

Especialmente en las dos últimas décadas se ha generado una fuerte conciencia social sobre la gravedad de los problemas ambientales que está creando el metabolismo de la economía mundial. Los gobiernos a través de sus instituciones han respondido por un lado promulgando planes, programas o estrategias nacionales (desarrollo sostenible, biodiversidad, cambio climático, etc.), y por otro, promoviendo acuerdos multilaterales para abordar los problemas a nivel global, como es el caso del Convenio sobre Diversidad Biológica (CBD en sus siglas en inglés), sobre el Cambio Climático (UNFCCC en sus siglas en inglés), sobre Humedales (Ramsar, 1971), o para la lucha contra la Desertificación (UNCCD en sus siglas en inglés). (Montes y Sala, 2007: 137)

Esta zona no es ajena a estas políticas y esfuerzos de conservación. Actualmente un grupo de biólogos de la universidad del Quindío, en un convenio entre la CRQ (Corporación Regional Quindío) y el programa de hidrología de la universidad de Antioquia adelantan esfuerzos para que la cuenca alta del Río Quindío sea declarada como zona estratégica en la regulación del ciclo del agua por el convenio Ramsar, lo cual desde la conservación suena muy bien, aunque de la mano con la declaración, el territorio delimitado estaría sometido a estrictas prácticas de conservación como la prohibición de actividades agropecuarias, el desplazamiento de las comunidades que allí habitan y el paso restringido de visitantes. Teniendo en cuenta la presencia de actividad turística la cual es el sustento de las familias de la región, y de los visitantes quienes realizan actividades de senderismo y camping, estas medidas reducirían la calidad de vida de propios y foráneos. Por eso es indispensable crear alternativas donde comunidad y medio ambiente interactúen y crezcan de la mano.

En el casco urbano del municipio se da lugar a otros fenómenos producto del creciente turismo y el cambio en la tenencia de la tierra. Lo que alguna vez fue un tranquilo pueblo habitado por

comunidades campesinas en humildes casitas multicolores, hoy llega a ser incluso imposible de visitar en las temporadas altas de turismo, donde el flujo de vehículos colapsa y las humildes casitas se han vuelto cada vez más lujosas y cada vez pertenecen menos a los habitantes nativos. Como consecuencia del creciente turismo y la llegada de inversionistas extranjeros se tienen que adelantar grandes esfuerzos por conservar la arquitectura tradicional y la cultura propia de este territorio que hoy se ha vuelto un mosaico de nacionalidades, estilos de vida y propuestas turísticas.

<b>CONCEPTO DE IDENTIDAD</b>	<b>CATEGORIAS</b>	<b>VARIABLES</b>
<b>Proceso filial de un grupo o nación.</b>	Patrimonio cultural, Paisaje natural y Paisaje cultural.	Intercambio cultural
		Historia y arte
	Manifestaciones culturales	Tradiciones y costumbres
		Satisfacciones económicas

Tabla 7. Variables que explican los Beneficios del Ocio

Fuente. Elaboración propia

**Capítulo III. Modelo para el análisis de la  
identidad social del sujeto a través de las  
experiencias de ocio y turismo en espacios  
culturales naturales**

## 1. Introducción

A lo largo del Capítulo II se han analizado las diferentes aproximaciones teóricas al concepto de identidad, al tiempo que se ha optado por la Teoría de la Identidad Social como paradigma interpretativo. La cuestión que ahora se plantea se refiere al análisis empírico de la identidad social y, en concreto, a la existencia de modelos que permitan el análisis empírico del concepto. La revisión de la literatura al respecto evidencia que

El análisis científico de la identidad social sufre de dos tipos de problemas: cuestiones conceptuales y lagunas de coordinación. En lo que se refiere a las cuestiones conceptuales, las preguntas que el campo aún tiene que responder satisfactoriamente son: ¿cómo podemos comparar diferentes tipos de identidades?; y ¿cómo podemos explotar los avances teóricos a través de la operacionalización de la identidad como variable? En lo que se refiere a los problemas de "coordinación", incluimos la falta de coherencia y de claridad en la definición y medición de las identidades, así como la falta de coordinación entre diferentes investigaciones sobre identidad tanto a nivel trans-disciplinar como desde diferentes campos en los que se estudia para poner en valor las diferentes opciones metodológicas propuestas. (Abdelal, R.; Herrera, Y.M.; Johnson, A.I. y McDermott, R. (2006:695).

Es por ello que esta tesis propone un modelo explicativo que ayude a subsanar estas carencias.

Ahora bien, a pesar de la ausencia de un modelo consensuado de análisis de la identidad social, los trabajos al respecto tienen gran tradición académica. Para dar una visión general de los mismos recurrimos a la publicación de Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe, (2004) quienes, a partir de la interpretación de la literatura revisada identifican nueve elementos o variables a que componen el constructo de identidad colectiva. Éstas son:

1. Auto-categorización
2. Evaluación
3. Importancia
4. Apego y sentido de interdependencia
5. Enraizamiento social
6. Participación en actividades

7. Contenido y significado
8. Ideología
9. Narrativa

Una vez identificadas las categorías o variables fundamentales, Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe (2004) identifican los indicadores que permiten el análisis empírico de cada una de ellas y revisan las técnicas de recogida de datos que se han utilizado para este análisis. La tesis propone una reagrupación de las variables e indicadores propuestos por los autores con base en las diferentes aproximaciones teóricas, explicadas en el capítulo II, que han trabajado el concepto de identidad.

### **1.1 Análisis empírico de la identidad como construcción social del yo**

Interpretamos que tres de los nueve elementos identificados por Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe (2004:85) están asociados al concepto de identidad como construcción social del yo. Estos son: auto-categorización, evaluación e importancia.

Variable 1: Autocategorización: Se refiere a la identificación de uno mismo como miembro de, o categorización del sí mismo en términos de un determinado grupo social. Incluye:

1.1. Colocación del yo en la categoría social Bondad de ajuste / similitud percibida / Prototípica, entendida como Categorización del yo en términos de un grupo social particular. Evaluación subjetiva de una persona en cuanto al grado en que es un miembro prototipo del grupo

1.2. Percepción de la certeza de la autoidentificación. El grado de certeza con que una persona se categoriza a sí misma en Términos de un determinado grupo social

Variable 2. Evaluación, que se refiere a la actitud positiva o negativa que una persona tiene hacia la categoría social en cuestión. Incluye:

2.1. Consideración privada. Juicios de favorabilidad hechos por las personas sobre sus propias identidades

2.2. Consideración pública. Juicios de favorabilidad sobre como uno percibe a otros, como referentes de la categoría social propia

Variable 3. Importancia. Se refiere al grado de importancia que cada uno otorga a la pertenencia a un grupo como factor determinante del auto-concepto. Incluye:

3.1. Importancia explícita. Valoración subjetiva que el individuo otorga al grado en que la identidad colectiva es importante para su sentido general de yo.

3.2. Importancia implícita. Ubicación que un grupo de miembros en particular ocupa en el sistema jerárquicamente organizado del individuo. Éste no es necesariamente consciente de la posición de sus identidades colectivas.

Se observa que la identidad social como construcción social incluye variables asociadas a una dimensión cognitiva y elementos asociados a una dimensión afectiva. A continuación se recogen los estudios empíricos más importantes que se han realizado al respecto tal y como los identifican Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe (2004).

#### *1.1.1 Dimensión cognitiva de la identidad como construcción social del yo: Auto-caracterización*

Esta dimensión se refiere a la conciencia de pertenencia que se asocia al elemento denominado “auto-caracterización”. La tabla que se presenta a continuación ilustra que este elemento o variable se explica a través de tres indicadores.

Indicador 1.1. Ubicación del sujeto en una categoría social;

Indicador 1.2: Calidad de ajuste / similitud percibida / prototipo e;

Indicador 1.3. Percepción de la certeza de la auto-identificación.

AUTOR Y CONSTRUCTO	MEDICIÓN
<b>Ubicación del self en una categoría social</b>	
Phinney (1992): Definición étnica del self-	"En términos de mi grupo étnico, me considero a mi mismo como...."
Shelton & Sellers (2000): Identificación del self	Los participantes seleccionan una palabra de un par (i.e. negro-femenino)
Henderson-King & Stewart (1994): Identidad de grupo	Se pide a mujeres que elijan de una lista de grupos (incluyendo mujeres y feministas) aquellos a los que consideran que pertenecen. Además se les pide evaluar el grado en que se sienten identificadas (escala de 1 a 5)
Zucker (2003): medida conductual de aceptación de la etiqueta feminista	"Si te consideras una feminista, por favor responde a la siguiente pregunta".
<b>Calidad de ajuste / similitud percibida / prototipo</b>	
Abrams (2000), Goslinga & Ouwerkerk (2000)	"Soy un miembro típico del grupo."
Karasawa (1991): identificación con la escuela (subescala IDgroup)	"¿Cree usted que es exacto si se le describe como un típico sstudente de esta escuela?"
Triandis et al. (1990): Escala Alocentrismo-Idiocentrismo	Mide la distancia psicológica percibida del yo de varios grupos pidiendo a los participantes que indiquen la "distancia" entre el yo y el grupo en una escala que va desde que somos "lo más similar posible" a que somos tan diferentes como sea posible.
<b>Percepción de la certeza de la auto-identificación</b>	
Mohr & Fassinger (2000): Escala de Identidad Lesbiana y Gay (Subescala de Confusión de Identidad)	"No estoy totalmente seguro de que soy un hombre gay".

Tabla 8. Algunas mediciones representativas de la Identidad entendida como categorización del Self

Fuente: Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe, (2004:85)

### 1.1.2 Dimensión afectiva de la identidad como construcción social del yo

La dimensión emocional se refiere al significado emocional que cada individuo atribuye a su grupo de pertenencia y se asocia a dos variables:

Variable 2: Evaluación

Variable 3: importancia

Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe (2004) resumen los estudios más representativos de la evaluación emocional (contento, orgulloso, satisfecho, etc.) y de la importancia otorgada a la identidad como construcción social del yo. Como se puede observar en la tabla la Variable 2: Evaluación se explica a través de dos indicadores:

AUTOR Y CONSTRUCTO	MEDICIÓN
<b>VARIABLE 2. EVALUACIÓN</b>	
<b>Indicador 2.1. Ámbito privado</b>	
Luhtanen & Crocker (1992): autoestima colectiva (CSE, Aceptación Privada)	"En general, me alegro de ser miembro de este grupo."
Sellers et al. (1997): Inventario Multidimensional de Identidad Negra (MIBI;	"Estoy contento de ser negro."
Huo et al. (1996): identificación con su Grupo [subgrupo]	"Me siento orgulloso de pensar en mí como miembro de La organización en la que trabajo para... [mi grupo étnico]".
Stryker & Serpe (1982): satisfacción	"En mis actividades religiosas, estoy muy satisfecho."
<b>VARIABLE 2. EVALUACIÓN</b>	
<b>Indicador 2.2. Ámbito Público</b>	
Luhtanen & Crocker (1992): CSE (Public Acceptance)	"En general, otros piensan que los grupos sociales de los que soy miembro son indignos".
Sellers et al. (1997): MIBI (Aspectos Públicos)	"En general, otros respetan a los negros".

Tabla 9. Algunas mediciones representativas de la Identidad entendida como categorización del Self (cont.)

Fuente: Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe, (2004)

Indicador 2.1. Evaluación en el ámbito privado

Indicador 2.2.: Evaluación en el ámbito público

Del mismo modo la variable 3: importancia se explica a través de otros dos indicadores:

Indicador 3.1. Importancia explícita (denominada significación, fuerza, importancia, prominencia)

Indicador 3.2. Importancia implícita (denominada saliencia, centralidad, elevación, importancia)

## **1.2. Análisis empírico de la identidad como grado de identificación e interdependencia con el grupo**

Interpretamos que dos de los nueve elementos identificados por Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe (2004:85) están asociados al concepto de identidad como identificación e interdependencia con el grupo. Las variables que se derivan son:

Variable 4: Apego y sentido de la interdependencia. Hace referencia a la afectación emocional que se siente con respecto al grupo (el grado en el que el individuo se siente al mismo nivel que el grupo). Se explica con tres indicadores:

4.1. Interdependencia / destino mutuo. Percepción sobre los puntos comunes con respecto a la forma en que los miembros del grupo son tratados en la sociedad

4.2. Apoyo / compromiso afectivo. Sentido de la implicación emocional con orientación de afiliación hacia el grupo

4.3. Interconexión entre uno mismo y los demás. El grado en el que las personas fusionan su sentido de sí con el grupo

AUTOR Y CONSTRUCTO	MEDICIÓN
<b>VARIABLE 3. IMPORTANCIA</b>	
Indicador 3.1. Importancia explícita (denominada significación, fuerza, importancia, prominencia)	
Luhtanen & Crocker (1992): Autoestima colectiva (subescala de la identidad)	"Ser [X] es un reflejo importante de lo que soy".
Sellers et al. (1998): Inventario multidimensional de identidad negra (Subescala de centralidad)	"En general, ser negro es una parte importante de mi propia imagen".
Stryker y Serpe (1994): Centralidad psicológica	Compare los pares de actividades y diga cuál es más importante "para la manera de pensar en ti mismo".
Cassidy & Trew (2001, adaptado de McCall y Simmons, 1978): Centralidad psicológica	Calcule la importancia de la identidad en una escala de 10 puntos de no importante en absoluto a muy importante
<b>VARIABLE 3. IMPORTANCIA</b>	
Indicador 3.2. Importancia implícita (denominada saliencia, centralidad, elevación, importancia)	
Stryker y Serpe (1982): ¿Saliencia? "	¿Qué cosa le dirías a un extraño sobre ti?
Gurin y Townsend (1986): Centralidad cognitiva	"¿Con qué frecuencia en tu vida cotidiana has pensado en ser una "mujer"?"
M. Rosenberg y Gara (1985): elevación	El participante se enumera las características que le definen (incluyendo identidades colectivas) y (Rasgos, sentimientos y comportamientos) y luego se puntúa con respecto a cada uno de las características. Un algoritmo informático (HICLAS, De Boeck & Rosenberg, 1988) agrupa a continuación a los "yo" y a las características y vincula estas dos estructuras.
Kuhn y McPartland (1954): Prueba de veinte declaraciones	¿Quién soy yo?

Tabla 10. Algunas mediciones representativas de la Identidad entendida como categorización del Self (cont.)

Fuente: Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe, (2004:89)

Variable 5: Enraizamiento social. Se refiere al grado en que la identidad colectiva particular es está enraizada en la vida social y las relaciones cotidianas de la persona y se explica con un único indicador:

Indicador 5.1. Interconexión de uno mismo con los demás

Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe (2004) resumen los estudios más representativos relativos a estas variables:

<b>VARIABLE 4. APEGO Y SENTIDO DE LA INTERDEPENDENCIA</b>	
<b>Indicador 4.1. Interdependencia / destino mutuo</b>	
Gurin y Townsend (1986):sentido de destino común	"¿Cree usted que lo que les sucede a las mujeres en general tendrá algo que ver con lo que pasa en tu vida?"
Der-Karabetian (1980)	"Mi destino y mi futuro están ligados con el de los armenios donde quiera que estén."
Jackson (2002): lazos afectivos	"En lo que respecta a mi grupo, es preciso decir, 'Unidos estamos de pie, divididos caemos.'"
<b>Indicador 4.2. Compromiso afectivo</b>	
Apego / cercanía. Phinney (1992): Afirmación-Pertenencia	"Tengo un fuerte sentido de pertenencia a mi propio grupo étnico".
Percepción de aceptación y apoyo Tyler & Blader (2001): Respeto	"¿Los demás en el trabajo respetan el trabajo que haces?"
Contrada et al. (2001): Grupo Afiliación	"Me siento aceptado por miembros de mi etnia."
<b>VARIABLE 5. ENRAIZAMIENTO SOCIAL</b>	
<b>Indicador 5.1. Interconexión de uno mismo con los demás</b>	

<b>VARIABLE 4. APEGO Y SENTIDO DE LA INTERDEPENDENCIA</b>	
<b>Indicador 4.1. Interdependencia / destino mutuo</b>	
E. Smith y Henry (1996): la fusión de uno mismo y en-grupo	Medida en que, a través de juicios más rápido, en que los rasgos de los participantes coinciden con las características percibidas del grupo.
Mael & Tetrick (1992): Fusión cognitiva de uno mismo con el grupo	"Cuando hablo de esta organización, por lo general digo" nosotros "en lugar de 'ellos.'"
Kinicki & Verkuynen (1997): Etnia, Introyección de grupo	"Si alguien dijera algo malo sobre el pueblo turco, ¿te sentirías Casi como si lo hubieran dicho de ti?"

Tabla 11. Algunas mediciones representativas de la Identidad entendida como identificación e interdependencia con el grupo

Fuente: Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe, (2004:91)

### 1.3. Análisis empírico de la identidad como grado de participación en actividades

Interpretamos que uno de los nueve elementos identificados por Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe (2004:85) está asociado al concepto de identidad como participación conductual en actividades comunitarias.

Variable 6: Participación conductual. Se refiere al grado en que la persona se involucra en acciones que directamente implican la categoría de identidad colectiva en cuestión

Los estudios más significativos al respecto recopilados por Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe (2004) se recogen en la siguiente tabla.

<b>VARIABLE 6. PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES</b>	
<b>Indicador 6.1. Participación en actividades</b>	
Phinney (1992): sub-escala del comportamiento étnico de La Medida Multigrupo de Identidad Étnica	"Participo en las prácticas culturales de mi propio grupo."

<b>VARIABLE 6. PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES</b>	
<b>Indicador 6.1. Participación en actividades</b>	
De la Garza et al. (1995): Latino/Latina cultural identity	<p>Dominio de español (por ejemplo, idioma hablado en casa, español Escritura)</p> <p>Preferencia de idioma español (por ejemplo, preferencia de idioma para TV y radio)</p>
Williams & Lawler (2001): Religious Behaviors Scale	<p>La sub-escala de participación en la iglesia mide el compromiso religioso expresado a través de la asistencia a la iglesia, el estudio de la la Biblia Estudio / la educación religiosa, actividades sociales, servicio y apoyo financiero. "¿Con qué frecuencia participa en un Actividad patrocinada por la iglesia? " La sub-escala de fe personal mide el compromiso religioso mediante actividades fuera de la iglesia (oración privada, Leyendo la Biblia, basando sus acciones en la fe, Discutir la fe con los demás, ayudar a los demás como Expresión de fe). "¿Con qué frecuencia pasas tiempo en Oración privada o meditación espiritual? "</p>

Tabla 12. Algunas mediciones representativas de la Identidad entendida participación en actividades

Fuente: Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe, (2004:91)

#### **1.4. Análisis empírico de la identidad como adherencia a un partido o ideología**

Interpretamos que tres de los nueve elementos identificados por Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe (2004:85) están asociados al concepto de identidad como adherencia a un partido o ideología. Éstos son: Contenido y significado. Características de la auto-atribución, ideología y narrativa.

Variable 7. Contenido y significado. Características de la auto-atribución. Hace referencia a la medida en que los rasgos y disposiciones, que están asociados con una categoría social, son refrendados como auto-descriptivos por un miembro de esa categoría.

Variable 8. Ideología. Se refiere a las Creencias acerca de la experiencia, historia y posición de un grupo en sociedad.

Variable 9. Narrativa: La historia representada internamente que cada persona desarrolla sobre el yo y la categoría social en cuestión. Incluye:

9.1. Historia de la identidad colectiva: Narrativa mentalmente representada del yo como miembro de una categoría social determinada

9.2. Historia grupal. Narrativa mentalmente representada por parte del individuo de una categoría social de la que es miembro

Los autores no recogen ningún estudio significativo que analice las variables 7 Contenido y significado y 9: Narrativa: de la identidad colectiva. Sin embargo si compilan las investigaciones que han analizado la variable Ideología. A continuación se recogen en formato tabla y tal y como las plantean los autores.

<b>VARIABLE 8. IDEOLOGÍA</b>	
<b>Indicador 8.1. La ideología relacionada con la raza</b>	
Sellers et al. (1997): Inventario Multidimensional de la Identidad negra	"Los negros que defienden el separatismo son tan racistas como los blancos que también defienden el separatismo"
Asimilación	"Los valores negros no deben ser inconsistentes con los valores humanos".
Humanismo	"Los negros deben tratar a otros oprimidos como aliados".
Minoría oprimida	Los negros no deben casarse interracialmente".
Nacionalismo	

Tabla 13. Algunas mediciones representativas de la Identidad entendida adherencia a un partido o ideología

Fuente: Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe, (2004:97)

Continuación Tabla 13

<b>VARIABLE 8. IDEOLOGÍA</b>	
<b>Indicador 8.1. La ideología relacionada con la raza</b>	
<p>Vandiver et al. (2002): Cruz Escala de identidad racial</p> <p>Asimilación Pre-Encuentro</p> <p>Pre-Encuentro sin educación Pre-Encuentro Auto-odio</p> <p>Inmersión-Emersión Anti-Blancos</p> <p>Internalización Nacionalista / Afrocentricidad</p> <p>Internalización Multiculturalista Inclusivo</p>	<p>"Pienso en mí principalmente como un americano y rara vez como un miembro de un grupo racial ".</p> <p>"Los negros ponen más interés en pasar un buen rato que en el trabajo duro."</p> <p>"A veces tengo sentimientos negativos acerca de ser negro."</p> <p>"Tengo sentimientos de odio hacia toda la gente blanca."</p> <p>"Los negros no pueden ser verdaderamente libres hasta que nuestras vidas diarias sean guiadas por valores y principios afrocéntricos ".</p> <p>"Creo que es importante tener tanto una identidad negra como una multicultural, que incluya a todos "</p>
<b>Indicador 8.2. La ideología relacionada con el género</b>	
<p>Henley et al. (1998)</p>	
<p>Conservadurismo</p>	<p>"Las mujeres no deben ser asertivas como los hombres porque los hombres son los líderes naturales en la tierra "</p>
<p>Feminismo cultural</p>	<p>La experiencia de las mujeres en las cuestiones prácticas de la vida tales como la limpieza, la alimentación el cuidado de los bebés, etc., hace que su visión de la realidad sea más clara que la de los hombres "</p>
<p>Feminismo liberal</p>	<p>"La disponibilidad de un cuidado infantil adecuado es fundamental para garantizar el derecho a trabajar fuera del hogar".</p>

Continuación Tabla 13

<b>Indicador 8.2. La ideología relacionada con el género</b>	
Feminismo radical	"El lugar de trabajo está organizado en torno a los aspectos físicos, económicos, y la opresión sexual de las mujeres".
Social feminismo	El capitalismo y el sexismo son los principales responsables del aumento de la tasa de divorcios y de la desintegración general de las familias
Mujerismo	"El racismo y el sexismo duplican la opresión de las mujeres de color en el ambiente de trabajo".

## **2. Modelo para el análisis de la identidad social del sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios naturales y culturales**

### **2.1. Antecedentes**

La relación entre la identidad y el ocio ha sido trabajada a nivel global (Urry, 1994; Williams, 2002; Edginton, C.R.; World Leisure Organization y Chen, P., 2008) y desde perspectivas más concretas que analizan las relaciones entre la identidad y diferentes públicos de ocio o la relación entre identidad y los diferentes ámbitos de ocio (cultura, deporte, y por supuesto turismo). Los estudios coinciden en que

La tarea de construir nuestra a identidad es una necesidad moderna y el ocio ofrece un contexto particularmente rico para construir y proyectar nuestras identidades tal y como deseamos que éstas sean. (Williams, 2002: 359).

De entre la gran variedad de estudios que reflexionan sobre la relación entre la identidad y los diferentes ámbitos de ocio en esta tesis interesa reseñar los trabajos que abordan el análisis conceptual de la relación entre la identidad y el territorio (Gammon, S., y Elkington, S., 2015) y más concretamente entre la identidad y los destinos turísticos (Higham, J. y Hinch, T., 2008;

Kravets, y Camargo, 2008; Uña Álvarez, E. y Villarino Pérez, M., 2011; Fernández Poncela, 2014; Guerrero Rodríguez, R., 2015). A este respecto, resultan especialmente interesantes la palabras de Milne and Ateljevic (2004)

La creación de significados y experiencias se está convirtiendo en una acumulación de capital, con el ocio y el turismo a la vanguardia de esta tendencia. Las identidades de los lugares geográficamente definidos, a saber, los destinos, son interminablemente (re-) inventados, (re) producidos, (re-) capturados y (re-) creadas por la coexistencia simultánea de fuerzas globales y locales. La actividad turística no sólo da forma a la tierra y genera empleos e ingresos a los pueblos locales, sino que también produce significados y representaciones. (Milne and Ateljevic, 2004 en Higham, J. y Hinch, T., 2008: 66).

En definitiva se observa que aunque la literatura que reflexiona sobre relación ocio-turismo e identidad es amplia sin embargo, se desconoce la existencia de modelos que permitan el análisis empírico de estas relaciones. El modelo que se presenta en esta tesis se plantea como una aportación desde los estudios de ocio y turismo a los estudios empíricos sobre la identidad social presentados en el apartado anterior, y un complemento a los estudios teóricos que reflexionan sobre la relación entre la identidad el ocio y el turismo que recién comentamos. Se plantea una propuesta para el análisis empírico de la identidad colectiva incluyendo como factor explicativo la vivencia ocio de las comunidades locales residentes en destinos turísticos desarrollados en paisajes culturales naturales. Así, el modelo, compuesto de cuatro dimensiones, incorpora la experiencia de ocio y turismo como factor relevante en la generación de identidad en paisajes culturales naturales.

## **2.2. Aportaciones del Modelo a los estudios empíricos a la identidad como construcción social**

El modelo que presenta esta tesis no se concibe como una alternativa a los modelos explicativos clásicos a la identidad colectiva. Por el contrario, se plantea como una propuesta evolutiva a los mismos a partir de la inclusión de la variable ocio-turismo. Consecuentemente, la primera

dimensión, “Identidad como construcción social del sujeto” se entiende como eje nuclear alrededor del cual se añaden el resto, recoge las aportaciones de las teorías clásicas planteadas a lo largo de la tesis.

En el capítulo II, en el que se han recogido las principales aportaciones teóricas al concepto de identidad social, se ha establecido una estrecha relación entre ésta y la identidad cultural. Se comentaba al respecto que la identidad social está indisolublemente ligada a desarrollos culturales e históricos que explican la solidaridad de grupo, la competencia y la búsqueda de vías de futuro. En otras palabras, el modelo que esta tesis propone se apoya en la estrecha relación existente entre la identidad social y la identidad cultural en cuanto que la identidad social se genera dentro de un grupo de pertenencia y de un espacio. Es en este espacio en el que se genera una cultura compartida, unas expresiones culturales comunes que dan origen al patrimonio cultural e inmaterial. Así el patrimonio cultural aparece como fundamento de la identidad cultural de los pueblos y las comunidades. En el caso de los espacios culturales naturales, la identidad cultura deviene de la segunda Dimensión del modelo propuesto para explicar la identidad social: La Dimensión 2 “Entorno ambiental ecológico”

### **2.3. Planteamiento conceptual del modelo**

En la gráfica siguiente la autora hace una representación del proceso conceptual que seguirá y que le permitirá inferir conocimiento avanzado, a través del diseño, construcción y desarrollo del modelo de análisis que se ha venido generando durante este proceso de investigación. La ilustración presenta los cuatro componentes o dimensiones que conforman el Modelo que pretende la explicación de la identidad colectiva en contextos muy concretos: en destinos turísticos desarrollados en espacios culturales naturales. Aunque el turismo es un factor que, como ya hemos comentado, no sólo da forma a la tierra y genera empleos e ingresos a los pueblos locales, sino que también produce significados y representaciones. (Milne and Ateljevic, 2004 en Higham, J. y Hinch, T., 2008), en el modelo se consideran las dimensiones solo referidas al ocio. El ocio, así como el turismo que ocurre en los paisajes culturales naturales, podría ser como lo

dice Palmer, el embalaje de una identidad para la venta a los turistas (Palmer, 1999:316 en Milne and Ateljevic, 2004 en Higham, J. y Hinch, T., 2008: 67). Como tal, favorecería la definición de la identidad cultural al hacerla visible, tanto para la población local como para los visitantes.

Puede decirse que, como consecuencia del desarrollo turístico, los lugares se transforman en lugares de ocio en los que se viven experiencias de ocio que, tal y como recoge la teoría al respecto y se incluye en los fundamentos del modelo, favorecen y empoderan la identidad colectiva de los pueblos. Identidad que, tal y como refleja el gráfico, se ve modificada temporalmente desde estadios “anteriores al desarrollo turístico”, hasta su configuración “tras el desarrollo turístico”.

### **3. Definición de las dimensiones que componen el Modelo para el Análisis de la Identidad Social del Sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios naturales y culturales**

El modelo para el análisis de la identidad colectiva en destinos turísticos en paisajes culturales naturales se compone de cuatro dimensiones:

- 1) Dimensión 1: Construcción social del sujeto
- 2) Dimensión 2. Entorno ambiental-ecológico en espacios culturales naturales
- 3) Dimensión 3. Participación en actividades de ocio y turismo
- 4) Dimensión 4. Beneficios del ocio y turismo

La ilustración 4, desagrega aún más el modelo, y muestra cómo la identidad social se ubicada en el centro del sistema. El modelo recoge – en un primer círculo concéntrico azul -, las nueve variables clásicas para el análisis empírico de la identidad social que se han explicado en el apartado anterior. Ahora bien, esta identidad social, como apuntamos, se analiza en el contexto concreto de los paisajes culturales naturales cuya idiosincrasia patrimonial y cultural afecta de

modo significativo a la identidad. Así (ilustrado en verde en el gráfico) se incorpora de dimensión ambiental ecológica de la identidad social en paisajes culturales.

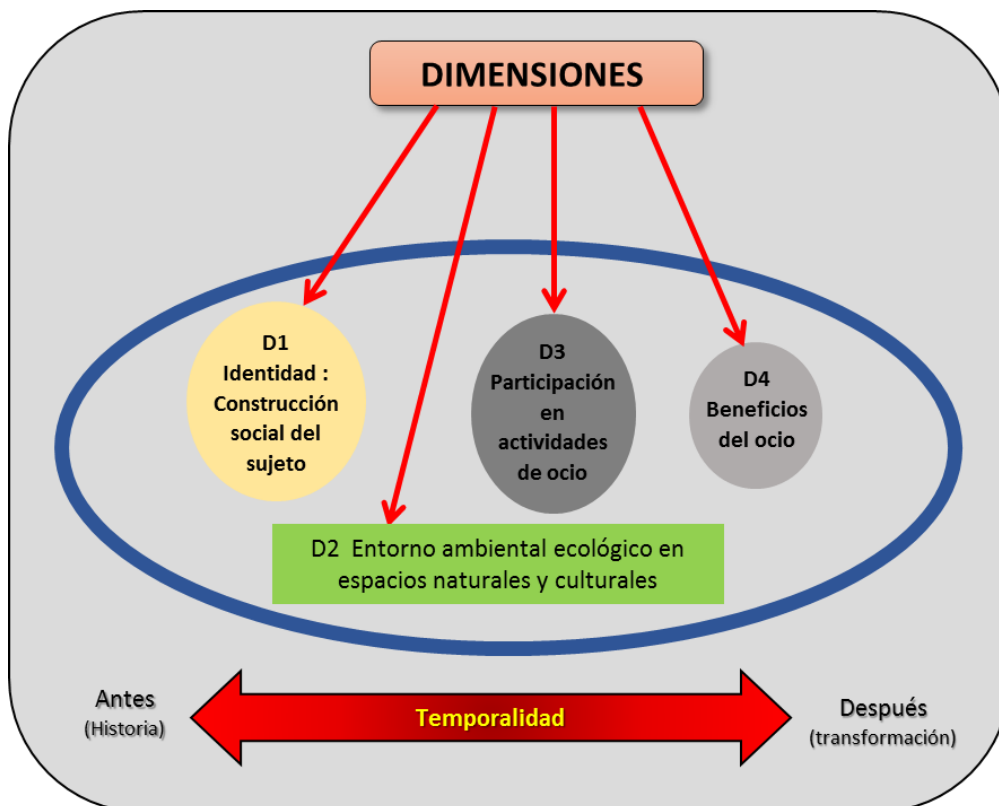


Ilustración 3. Componentes o dimensiones que conforman el modelo

Fuente: Elaboración propia

Paisajes culturales naturales que se han desarrollado turísticamente por lo que se han convertido en espacios de ocio. Ello deriva en otras dos dimensiones. Una dimensión conductual (dibujada en rojo) ya que los lugares de ocio ofrecen posibilidades de su disfrute tanto a visitantes como a residentes, hecho este que afecta a la identidad social. Y, finalmente una dimensión de beneficios

(representada en color naranja) en cuanto las prácticas de ocio y del propio desarrollo turístico tienen el potencial de fortalecer la identidad social.

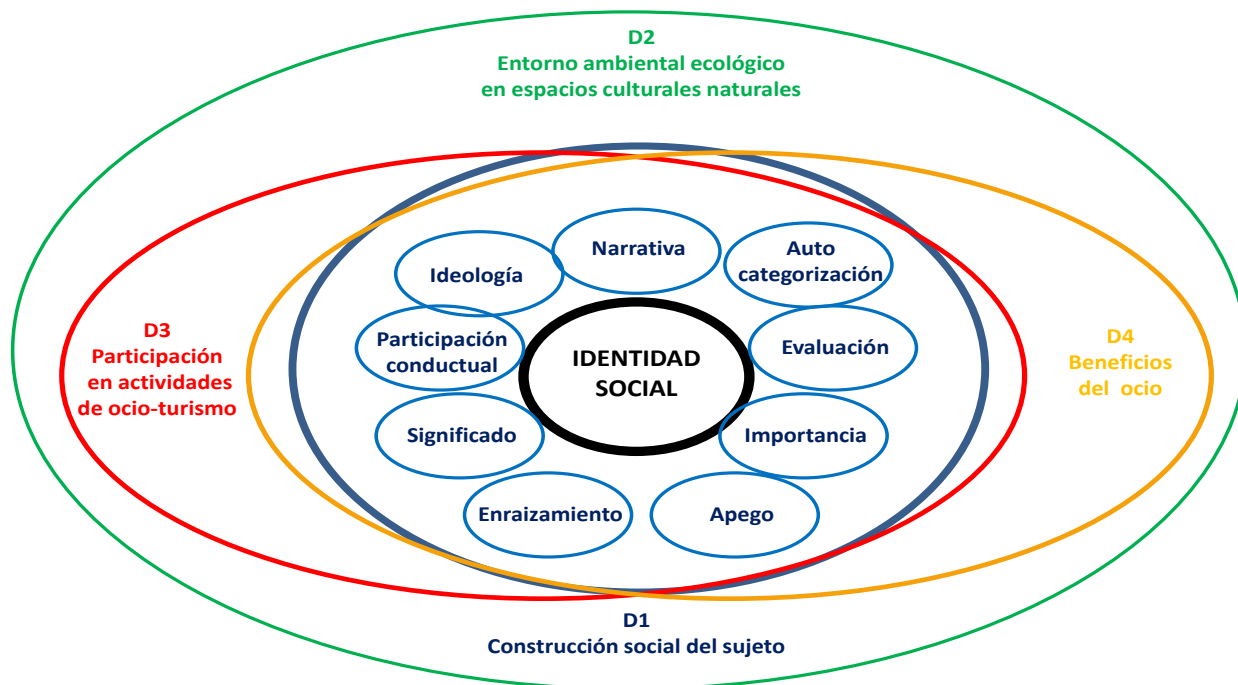


Ilustración 4. Componentes del Modelo para el análisis de la identidad social del sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios culturales naturales

Fuente: Elaboración propia

### 3.1. Dimensión 1. Construcción social del sujeto

El gráfico que se presenta a continuación describe la Dimensión 1 que denominamos “construcción social del sujeto” y que se ubica en el centro del modelo. Esta dimensión se refiere a los elementos que generan identificación e interdependencia con el grupo. Según los estudios sobre identidad social se compone de las nueve variables explicadas en el apartado anterior. Ahora bien, ¿resultan estas nueve variables adecuadas para explicar la Dimensión 1: “Construcción Social del Sujeto” de la población local residente en destinos turísticos de paisajes culturales naturales? El análisis empírico de la realidad concreta del Paisaje Cultural Cafetero en

Colombia permitirá corroborar estas variables, que presentamos de nuevo en la ilustración siguiente o, en su defecto, proponer una teoría fundamentada en la realidad objeto de estudio.

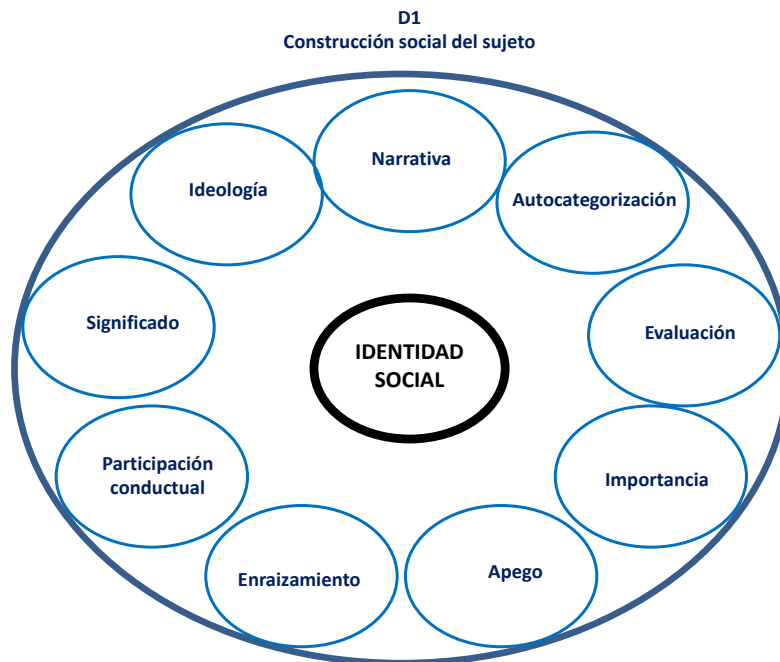


Ilustración 5. Modelo para las variables de construcción social del sujeto.

Fuente: Elaboración propia a partir de Ashmore, Deaux y McLaughlin-Volpe, 2004

### 3.2 Dimensión 2. Entorno ambiental-ecológico en espacios culturales naturales

Se fundamenta en la idea de que las dimensiones o variables que explican la identidad colectiva co-varían, se relacionan entre ellas, al tiempo que se relacionan con el entorno espacial en el que se desarrollan. El modelo que se presenta a continuación incluye “Dimensión Ambiental-Ecológica de la Identidad Colectiva”. En el caso concreto que nos ocupa y en el que se aplicará el modelo, se tendrá en cuenta la personalidad que caracteriza al Paisaje Cultural Cafetero concretamente en el Municipio de Salento. Ahora bien, el modelo es susceptible de ser aplicado en otros espacios o lugares.

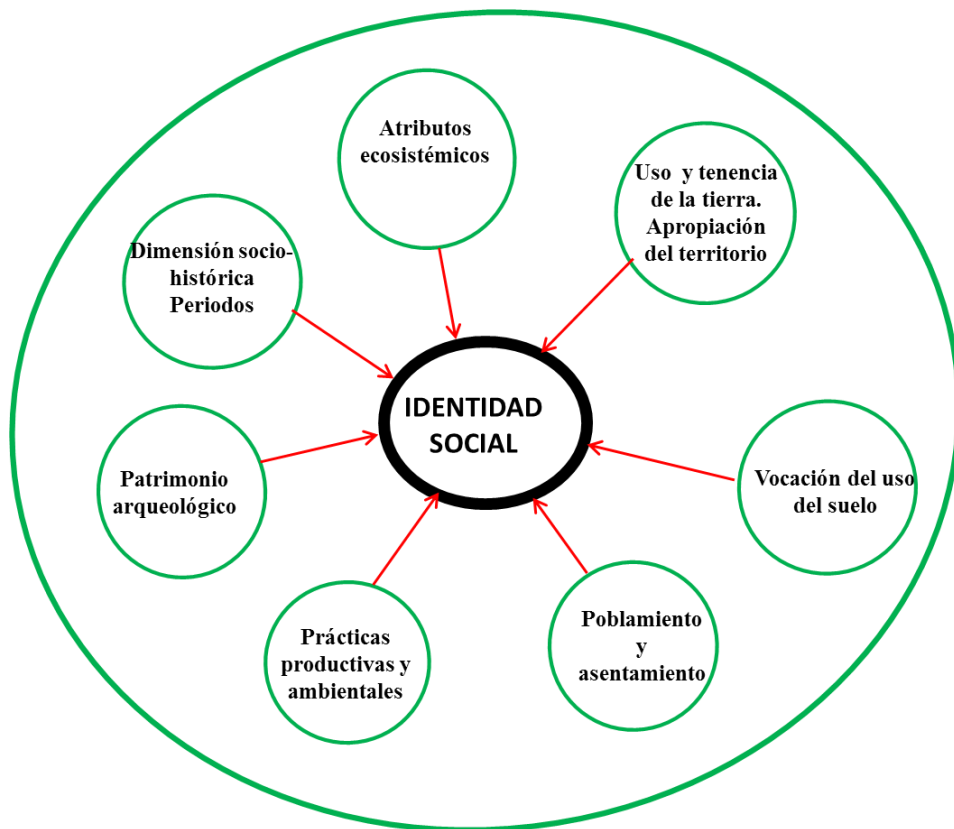


Ilustración 6. Modelo para las variables de la dimensión ambiental-ecológica.

Fuente. Elaboración propia

Se definen las variables que se incluyen en el modelo de la Ilustración 6:

**Atributos ecosistémicos:** concepto compuesto por atributos<sup>5</sup> biológicos: componentes biológicos de los ecosistemas y sus interacciones (se incluyen los seres humanos), así como los y atributos hidráulicos.

---

<sup>5</sup> Cada valor particular tomado por un rasgo funcional (características morfológicas, fisiológicas o fenológicas de los individuos), medido en un espacio y tiempo determinado ( Salgado-Negret, B. –ed-). 2015)

Los bosques hacen parte de los atributos biológicos y proporcionan servicios ecosistémicos claves para la sociedad, incluyendo la regulación de los balances de energía, carbono y agua a escalas que van de la local a la global.

Uno de los valores apreciados en la región, como espacio para el disfrute del ocio en contexto ecológico ambiental es la diversidad biológica existente en los relictos boscosos. Este concepto es asociado principalmente al número de especies y sus abundancias relativas en una comunidad, paisaje o región determinadas (Salgado-Negret, B. (ed). 2015). La diversidad funcional es una de las dimensiones de la diversidad, definida como el grado de diferencias de rasgos funcionales entre y dentro de las especies (Mason y de Bello 2013), en op. cit. Incluye la respuesta de las especies a la variación ambiental y su impacto en los procesos de los ecosistemas (ciclos de nutrientes, descomposición de hojarasca del bosque). Es importante aclarar que los cambios ambientales también pueden afectar directamente los procesos de los ecosistemas a través de la modificación de otras características de los ecosistemas como la estructura del suelo, el clima, entre otros.

**La Vocación del uso del suelo** corresponde a la oferta de este recurso, para la producción agropecuaria o fines infraestructurales. Se refiere a la capacidad productiva de los suelos, y sus capacidades naturales.

**Poblamiento/asentamiento:** Proceso de asentamiento humano en un lugar determinado. Concepto derivado de la teoría geográfica que investiga la estructura y forma del área de dichos asentamientos, cuyos procesos producen el paisaje cultural.

**Periodos de la dimensión socio-histórica:** Se establece la relación entre la escala temporal y la construcción de la identidad en relación al contexto sociohistórico en el que se produce.

Los elementos históricos y culturales, sustentan una visión de carácter socio-histórico: "la manera en que nosotros experimentamos nuestro propio yo y la importancia que le conferimos, no es, por difícil que parezca, universal ni puede ser aplicado a culturas no occidentales necesariamente,

sino contingente a las condiciones históricas y sujeto a la variabilidad intercultural” (Íñiguez, 2001 p.8)

**Uso y tenencia de la tierra/Apropiación del territorio:** “La tenencia de la tierra es la relación, definida en forma jurídica o consuetudinaria, entre personas, en cuanto individuos o grupos, con respecto a la tierra (por razones de comodidad, «tierra» se utiliza aquí para englobar otros recursos naturales, como el agua y los árboles)” (FAO, 2003, p.9). La apropiación del territorio da cuenta de la acción-trasformación, así como la identificación simbólica, la cual se vincula con los procesos afectivos, cognitivos e interactivos (Pol y Vidal, 2005).

**Patrimonio arqueológico:** “El patrimonio arqueológico comprende aquellos vestigios producto de la actividad humana y aquellos restos orgánicos e inorgánicos que, mediante los métodos y técnicas propios de la arqueología y otras ciencias afines, permiten reconstruir y dar a conocer los orígenes y las trayectorias socioculturales pasadas y garantizan su conservación y restauración”. (Ley 1185 de 2008)

#### **Prácticas productivas ambientales:**

Las experiencias de ocio representadas en Prácticas productivas y Prácticas ambientales han sido definidas en el capítulo III y se exponen en relación con los resultados empíricos en la dimensión de participación en la vivencia del ocio que se presenta a continuación.

### **3.3. Dimensión 3. La construcción de la identidad colectiva a través de la participación en actividades ocio-turismo.**

En tercer lugar, el modelo analiza la identidad colectiva en relación con las prácticas de ocio. El modelo defiende que la participación voluntaria y autotélica (aquellas actividades que se disfrutan por el mero placer de realizarlas sin función o finalidad alguna) en las actividades de ocio que se ofrecen en el lugar es fuente de identidad social. Las actividades de ocio, bien sean éstas festivas, culturales, recreativas o de otro tipo se convierten con el tiempo en usos, costumbres y tradiciones que dan lugar al patrimonio material e inmaterial y a la identidad

cultural de lugar. Además, constituyen elementos de afiliación a la colectividad, convirtiéndose los compañeros de actividades de ocio tanto en grupos de pertenencia como de referencia identitaria del sujeto

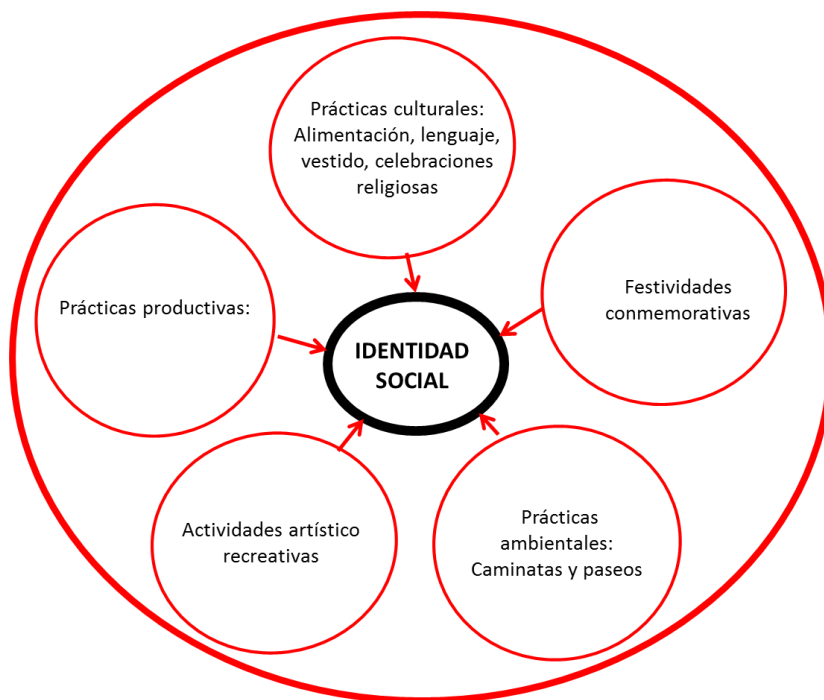


Ilustración 7. Modelo para las variables de participación en experiencias de ocio y turismo

Fuente. Elaboración propia

Esta dimensión de la identidad colectiva referida a la participación, se ha elaborado tomando como sustento el concepto de *“Behavioral Involvement”*- traducido por *participación conductual*- desarrollado por Richard D. Ashmore. Para este teórico el *“Behavioral Involvement”* se refiere al grado como las personas se vinculan en acciones que directamente implican la categoría de identidad colectiva en cuestión. Es una expresión de identidad propia que no requiere ser guiada por reflexiones teóricas, pero que se halla influenciada por factores situacionales y contextuales. (Ashmore, 2004, págs. 92,93)

Para Ashmore, una medida o indicador de *la participación conductual* son los comportamientos étnicos que involucran la participación en las prácticas culturales del grupo al que se pertenece, tales como la alimentación, la música o las costumbres. Otro indicador, son las acciones tendientes a expresar la pertenencia al grupo expresadas, por ejemplo, en la elección de prendas de vestir, el agitar la bandera como sentimiento de nacionalidad y la prestación de tiempo y servicios a organizaciones sociales con la que se construye un vínculo de identidad. Un tercer aspecto para medir el *Behavioral Involvement* es el uso del lenguaje referido tanto, al desenvolvimiento del lenguaje oral y escrito que posee el sujeto y que expresa su pertenencia social, como a la preferencia de idioma en acciones tales como: ver televisión, escuchar radio o la adopción de una lengua distinta a la materna en una condición de inmigración. Un último aspecto para el análisis, advertido por el autor, es la estructura de oportunidades que ofrece el entorno (Ashmore, 2004)

En las investigaciones sobre el tema, realizadas por Ashmore junto a Deaux, y McLaughlin-Volpe (2004) la participación en actividades comunitarias, aparece como otro de los aspectos que configuran la participación. Retomando a Williams & Lawler (2001), los investigadores citados advierten sobre la importancia de la participación en actividades religiosas, tales como la asistencia a la iglesia, el estudio de la biblia, y las actividades sociales de servicio y apoyo financiero de orden religioso.

Ahora bien, para el diseño del modelo de la presente investigación, referida al análisis de la Identidad Social del Sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios naturales y culturales, se proponen las siguientes variables que aparecen en la ilustración número 7: Prácticas ambientales (paseos, caminatas), prácticas culturales (alimentación, lenguaje, vestido y celebraciones religiosas), actividades artístico recreativas (música, pintura, deporte, danza), prácticas productivas, festividades conmemorativas.

Estas variables surgen de la complementariedad de la teoría de la identidad social con las teorías del patrimonio cultural y de la identidad cultural y referidas al turismo como actividad de ocio.

Es necesario recordar que los intereses de la presente investigación están referidos a indagar sobre las prácticas de ocio que la actividad turística en espacios naturales, posibilita a los pobladores del lugar destino de turismo; por tanto, el diseño de las variables se relaciona con este enfoque.

Las prácticas ambientales, como primera variable mencionada, hacen referencia a las diferentes actividades relacionadas con las acciones de conservación de recursos naturales como las fuentes de agua, la riqueza forestal, la diversidad en plantas y animales, entre otros. La participación en este tipo de prácticas en contextos de turismo, involucra los sentimientos afectivos sobre el territorio en el que los pobladores locales han construido su vida, y que palabras de Wilches (2006) haría alusión *territorio que somos*.

La segunda variable, las prácticas culturales, se relacionan de manera estrecha con la identidad cultural, en tanto se refieren a la historia viviente, tanto presente pasada y futura, en la que se afilian los habitantes de las sociedades locales (Orduna Allegrini, 2012: 32). Estas prácticas se fortalecen con el reconocimiento de la historia colectiva de un pueblo sobre la cual se afirma la identidad local y se estrechan lazos particulares de solidaridad, que superan las diferencias individuales (Ander-Egg, 1981, en Orduna Allegrini 2012:31). Se manifiestan en los hábitos y costumbres, a modo de una segunda naturaleza presente en el inconsciente colectivo, expresadas a través de aspectos como la alimentación, el vestido, la música, la religiosidad y el lenguaje. Este último aspecto es de gran relevancia, pues es el primordial corpus de símbolos y cohesión que constituye los rasgos identitarios propios.

La religiosidad y por ende la participación en celebraciones míticas religiosas, es un elemento también destacable en la construcción de la identidad colectiva en espacios de ocio y turismo por cuanto constituye una expresión de las actividades comunitarias, como es planteado por Williams & Lawler (2001). Las celebraciones religiosas son un espacio de encuentro donde se reafirman y reconfiguran las identidades culturales de carácter colectivo.

Al igual que la identidad cultural, las prácticas culturales no son inmutables, experimentan mutaciones relacionadas con las necesidades de adaptabilidad, sin embargo, sus cambios exigen la continuidad de los rasgos comunitarios que la constituyen y que la diferencia de otras identidades y prácticas. Para los habitantes de lugares turísticos la continuidad de sus prácticas culturales es un desafío respecto a la interacción con referentes culturales distintos que pueden llegar a tener un peso tal que se conviertan imaginarios que se deseen emular. Sin embargo, el turismo puede constituirse en una posibilidad para su fortalecimiento en cuanto ellas se conviertan en la oferta turística, como ocurre con las modalidades del turismo cultural.

La tercera variable, las actividades artístico - recreativas, si bien se halla en estrecha relación con la anterior, la construimos de manera independiente debido a su importancia para el ocio y el turismo. Se refieren a todas aquellas actividades que competen tanto al ámbito de las expresiones artísticas: música, pintura, escultura, cestería, etc, como aquellas relacionadas con acciones lúdicas de recreación y deporte.

Las prácticas productivas, la cuarta variable, son aquellas acciones dirigidas principalmente a la reproducción material de la vida de una comunidad o colectividad. Se refieren a las formas de producción económica que implican aspectos como los procesos y circuitos de producción, comercialización y consumo. Una de las posibilidades de fortalecimientos de la participación en actividades productivas para contextos de turismo y ocio desde los pobladores locales, son los procesos de intercambio cultural mediados por la interacción y la ayuda mutua entre anfitriones y visitantes.

La quinta variable construida es de las festividades conmemorativas, referidas a los diversos actos o eventos con los que se festeja, agradece, conmemora o se honran, aspectos que tienen referencias en la historia y construcción colectiva de un pueblo, comunidad o grupo. Las festividades son constitutivas del patrimonio cultural y como tal actúan en relación al mantenimiento de la integridad identitaria del territorio, así como en procesos de activación

patrimonial que en escenario de turismo funge como factor de autovalidación de las comunidades (Kravets y de Camargo, 2008).

### 3.4. Dimensión 4. La construcción de la identidad colectiva como beneficio del ocio.

El modelo que plantea esta tesis entiende la generación y refuerzo de la identidad colectiva como un resultado, como beneficio o impacto positivo del ocio y el turismo. Hablamos por tanto de los “Beneficios Sociales del Ocio en cuanto generador de identidad colectiva”

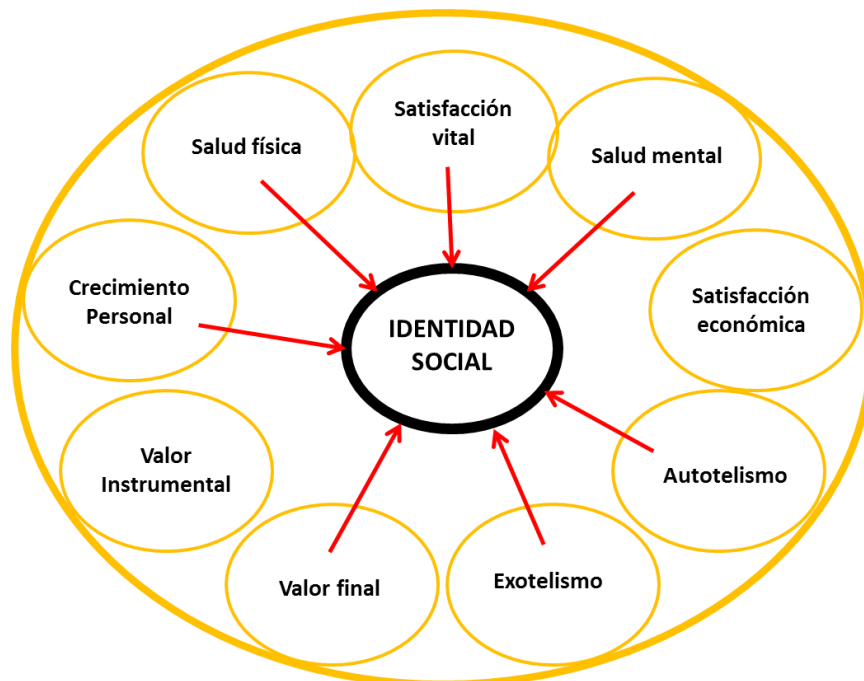


Ilustración 8. Modelo para las variables de la dimensión beneficios del ocio.

Fuente. Elaboración propia.

Estas variables asociadas a cada una de las dimensiones, serán analizadas con base en los resultados del trabajo de campo y de los hallazgos de las entrevistas en profundidad. Serán contrastadas con las propuestas teóricas y consolidadas en un modelo propio de esta investigación

## **Capítulo IV. Aplicación del modelo en el paisaje natural cultural de Salento.**

**Discusión de resultados.**

## 1. Introducción

Teniendo en cuenta las dimensiones o categorías identificadas en los capítulos previos, que componen el “Modelo para el análisis de la construcción social del sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios naturales y culturales”: la identidad como grado de identificación e interdependencia con el grupo, la identidad como grado de participación en actividades de ocio, la dimensión ambiental- ecológica de la identidad colectiva y los beneficios del ocio en la generación de la identidad colectiva, se identifican las variables explicativas de las mismas.

Para la identificación de variables concretas, tal y como se ha explicado en el apartado metodológico, en la tesis se ha optado por una aproximación metodológica inductiva con base en la Teoría Fundamentada o Grounded Theory. En consecuencia, las variables se han identificado a partir del análisis y observación de tales dimensiones en el paisaje natural y cultural del Municipio de Salento.

A partir de los datos obtenidos se planteará una propuesta de variables explicativas. Así se seguirán dos pasos:

En primer lugar, en este capítulo se procede al registro y descripción de los significados del Paisaje Natural y Cultural en la identidad colectiva de Salento. El capítulo responde a los objetivos específicos que se han planteado al inicio de la tesis y que recordamos al lector:

- Comprender cómo las experiencias de ocio en espacios culturales fortalecen, amplían y modifican la construcción social del sujeto (identidad colectiva y sentido de comunidad).
- Diseñar un modelo conforme a las categorías o dimensiones que explican el papel del ocio y el turismo en la transformación de la identidad colectiva en espacios naturales y culturales.

- Identificar variables para la medición de las categorías o dimensiones anteriores. Dimensiones que explican los significados que un espacio natural y cultural puede generar en la identidad colectiva y en el sentido de comunidad.
- Comparar las variables identificadas con la teoría formal que explica la identidad colectiva.

El análisis diagnóstico que se presenta en este capítulo supone la primera fase del proceso inductivo que conducirá a la identificación de las variables explicativas de cada una de las cinco dimensiones del modelo. Así, en el siguiente capítulo, en un segundo momento se procede a una clasificación de los resultados con base en las cinco dimensiones que componen el “Modelo para el análisis de la construcción social del sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios naturales y culturales” y a la generalización de unas variables que se proponen como explicativas del mismo.

## **2 Paisaje Cultural Cafetero en Salento como producto turístico experiencial**

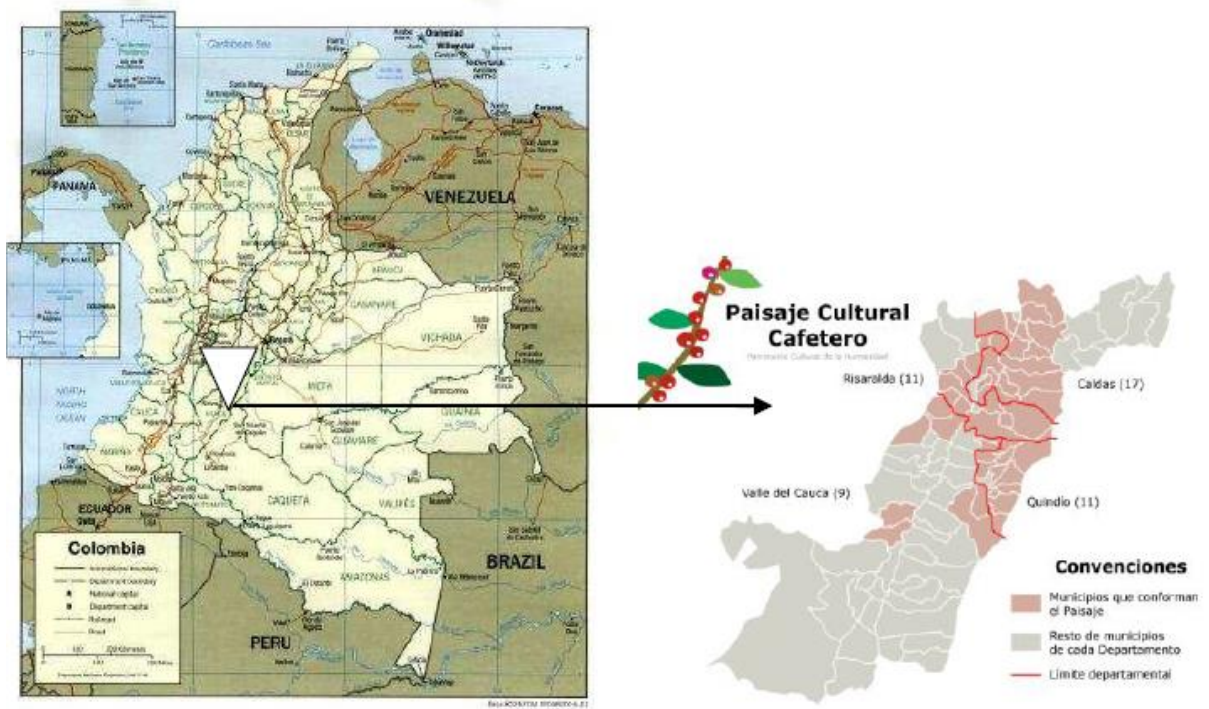
### **2.1 Contexto externo. El Paisaje Cultural Cafetero**

El Paisaje Cultural Cafetero está conformado por 47 municipios y 411 veredas de los departamentos de Caldas, Quindío, Risaralda y Valle del Cauca, con cerca de 24 mil fincas cafeteras en área principal, en las que viven aproximadamente 80 mil personas. Cuenta con 141.120 hectáreas de área principal y 207.000 de amortiguamiento (Comité de Cafeteros de Caldas, s.f.) (ver: Ubicación Mapa 1).

## 2.2. Análisis interno. Elementos y recursos que configuran el Paisaje Natural y Cultural en Salento como espacio de ocio y turismo

### 2.2.1 Entorno geográfico. Territorio: situación y rasgos.

Salento está situado al norte de la ciudad de Armenia a nueve kilómetros por la margen derecha (Posada Alemana) de la carretera que de Armenia conduce a Pereira, luego de abandonar la autopista por un tramo de carretera en muy buen estado en un trayecto de otros nueve kilómetros.



Mapa 1. Ubicación Paisaje Cultural Cafetero en Colombia  
Fuente: Mapamundi, Mapas del Mundo, Mapas Satelitales (s.f.).

### *2.2.2 Reseña histórica.*

Salento es llamado el municipio “padre” del departamento del Quindío, fue fundado en 1842. Se considera el centro de la colonización del Quindío en el siglo XIX, y uno de los principales destinos de turismo de naturaleza en el país. Cuenta con una variada oferta de servicios ambientales: biodiversidad, agua para los pobladores de la capital y otros municipios, así como reconocidas bellezas escénicas.

Administrativamente, Salento pertenecía al estado soberano el Cauca, con su capital administrativa Popayán. Con la separación política de la época, queda dentro del Viejo Caldas y en 1966, con la declaratoria del Quindío como departamento, es el primer Municipio con más antigüedad que el mismo departamento. En la fotografía 1 se detalla el camino obligado de los visitantes, desde donde se aprecia la belleza de su diseño arquitectónico.



Imagen 1. Panorámica del casco urbano de Salento.

Fuente: Autora

La administración de Salento como toda la nación se ha sometido a las normatividades nacionales tal es como en el año 2000 fue aprobado el Esquema de Ordenamiento Territorial (EOT), documento relevante para el direccionamiento y planificación del Municipio, buscando alcanzar

un desarrollo armónico de nuestra vocación turística, que gira alrededor de lo rural y urbano obligando al planteamiento de acciones transformadoras que permitan una evolución hacia el cambio positivo de nuestra sociedad, que avanza hacia el reconocimiento de la riqueza Cultural, histórica y social y la inequidad del reparto social. Para esta vigencia la Alcaldía se ha sometido a un proceso de reestructuración la cual ha conllevado a un recorte de personal y un aumento de las funciones a las diferentes dependencias pero que ha logrado sanear al Municipio presupuestalmente.

Como también ha incurrido en procesos de modernización institucional que ha dado como resultado la agilidad en los procesos, el reconocimiento en eficacia fiscal por sus buenos recaudos y eficiencia administrativa por la disminución de los gastos y cumplimiento de la ley 617. La clara vocación agropecuaria de nuestro municipio abre perspectivas concretas de desarrollo de la producción y de las actividades agroindustriales ha potenciado redes de producción, de servicios y de consumo que reactivan la economía, posibilitando en la población el ingreso permanente y el empleo, todo esto mediante el establecimiento del Centro Agro empresarial y encadenamientos productivos (Alcaldía de Salento, s.f.).



Imagen 2. Calle principal de Salento vista desde el Mirador.

Fuente: Autora

### *2.2.3 Descripción Física.*

El municipio de Salento limita al Sur con los municipios de Calarcá y Armenia; por el Este, con el Departamento del Tolima y por el Oeste con los municipios de Circasia y Filandia. Por estar situado en la zona de vida de Bosque muy Húmedo premontano, montano bajo y montano, el municipio presenta alturas que van desde los 1300 msnm, aproximadamente en la parte baja y hasta los 4750 msnm en los farallones nevadas del Quindío. Esta característica geográfica da origen a tres pisos térmicos: medio, frío y páramo. En general se presentan pendientes muy variadas que van desde el 10% hasta mayores del 100%. Por el norte limita con el departamento de Risaralda (Alcaldía de Salento, s.f.).

### *2.2.4 Datos físico-territoriales.*

Tiene una **Extensión total de 377.67 Km<sup>2</sup>**, con un área **urbana de 55 has**; su área rural comprende 37.714 has. La cabecera municipal se encuentra a 1895 m.s.n.m. Su **Temperatura media es de 17°C**. La **Distancia de referencia a la capital, es de 25 Km**.

### *2.2.5 Composición socio-demográfica.*

Las siguientes tablas muestran la proyección y la división etaria de los pobladores.

### *2.2.6 Estructura política.*

Como primera autoridad del municipio está el Alcalde y tiene a su cargo las siguientes dependencias: Comisaría de Familia, Inspección de Policía, Despacho del Alcalde, Secretaría de Gobierno, Secretaría de Hacienda, Secretaría de Planeación, Servicios Sociales y Educación, Sub-secretaría de Cultura y Turismo y Sub-secretaría de Obras Públicas.

Grupos de Edad	POBLACIÓN TOTAL		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
0-4 años	658	340	318
5-9 años	669	341	328
10-14 años	656	342	314
15 – 19 años	683	354	329
20-24 años	554	286	268
25-29 años	433	212	221
30-34 años	431	210	221
35-39 años	494	244	250
40 – 44 años	481	240	241
45- 49 años	481	238	243
50 – 54 años	405	203	202
55 – 59 años	341	171	170
60-64 años	277	140	137
65- 69 años	210	111	99
70-74 años	158	86	72
75 y más	230	115	115
<b>TOTAL</b>	<b>7161</b>	<b>3633</b>	<b>3529</b>

Tabla 14. Población por grupos de edad año 2010

Fuente: DANE, 2010

### 2.2.7 Realidad socio-educativa.

En la tabla 15 se presenta la proyección de población del municipio de Salento, para el año 2015, con base en el último censo poblacional del 2005; como se observa, es muy similar la estructura de los habitantes del sector urbano y el sector rural.

TOTAL	CABECERA	
7161	3722	3439

Tabla 15. Proyección de Población

Fuente: Dane 2010

Este municipio cuenta con centros educativos públicos, que cubren todos los niveles educativos; la mayoría de ellos ubicados en el sector rural, como puede verse en la tabla 16.

#### *2.2.8 Recursos turísticos.*

Son todos aquellos recursos naturales, al testimonio o creación del hombre y el paisaje en general, que se le ha atribuido el valor intrínseco como medio sobre los cuales o al alrededor de ellos se organizan y se practican diversas actividades de turismo rural, entre ellos el vivencial; siendo la población de Salento un excelente espacio porque se encuentra inmerso en su territorio todos estos componentes, además, hay otros elementos que pueden agregarse y que han permanecido de generación en generación, algunos con muy pocas modificaciones y otros que tal vez se estén extinguiendo con la llegada de la tecnología.; entre ellos encontramos: las hornillas, el pilón y la greca. Todos estos poseen un lenguaje vivo de sus ancestros, donde se puede leer, reconstruir y recrear la historia de los que en otro tiempo fueron sus huéspedes, conservándose aún muchos rasgos de ellos. Por otro lado, además de estos recursos encontramos los atractivos turísticos, los cuales se especifican en la tabla 17.

Establecimientos Educativos	Clase		Nivel Académico				Ubicación	
	Publico	Privado	Pre-Esc	Prim	Sec	Media	Urbana	Rural
Carlos Lleras Restrepo	X		-	X	-	-	X	
Andrés Bello	X		X	X	-	-	X	
Liceo Quindío	X		-	-	X	X	X	
Palestina	X		X	X	-	-		X
San Gabriel	X		X	X	-	-		X
Niños de la Esperanza	X		-	X	-	-		X
Boquía	X		X	X	X	-		X
Buenos Aires Alto	X		X	X	-	-		X
Canaan	X		X	X	-	-		X
El Castillo	X		X	X	-	-		X
La Nubia	X		X	X	X	-		X
La Palmera	X		X	X	-	-		X
Llano Grande	X		X	X	-	-		X
Luis Menotti Pescarmona	X		X	X	-	-		X
República de Colombia	X		X	X	-	-		X
San Juan de Carolina	X		X	X	-	-		X
Santísima Trinidad	X		X	X	-	-		X
TOTAL	17	-	14	16	3	1	3	14

Fuente: Instituciones Educativas Municipales – Dic/2010

Tabla 16. Establecimientos educativos y sus niveles académicos  
Fuente: DANE Instituciones educativas municipales – dic.2010

NOMBRE	UBICACION	
	URBANO	RURAL
Valle de Cocora		X
Cañón Río Navarco		X
Ecoparque El Mirador	X	
Parque Nacional los Nevados PNNN		X
Reserva Natural Estrella de Agua		X
Reserva Natural Acaime		X
Reserva La Montaña		X
Morrogacho		X
Puente del Ferrocarril		X
Vereda el Agrado		X
Balneario Natural La Nubia		X

Tabla 17. Atractivos turísticos. Parque, museos y reservas

Fuente: Sub-secretaría de Cultura y Turismo

Las siguientes fotografías presentan una mirada al paisaje natural y cultural de Salento, en cuanto su patrimonio natural, algunos de sus elementos culturales y de patrimonio material. El Valle de Cocora en primer lugar es catalogado como una de las bellezas escénicas con gran afluencia del turismo nacional y extranjero. Corresponde a la cuenca alta del Río Quindío, que se aprecia surcando dicho territorio.

#### 2.2.9 Características socio-económicas: sitios visitados.

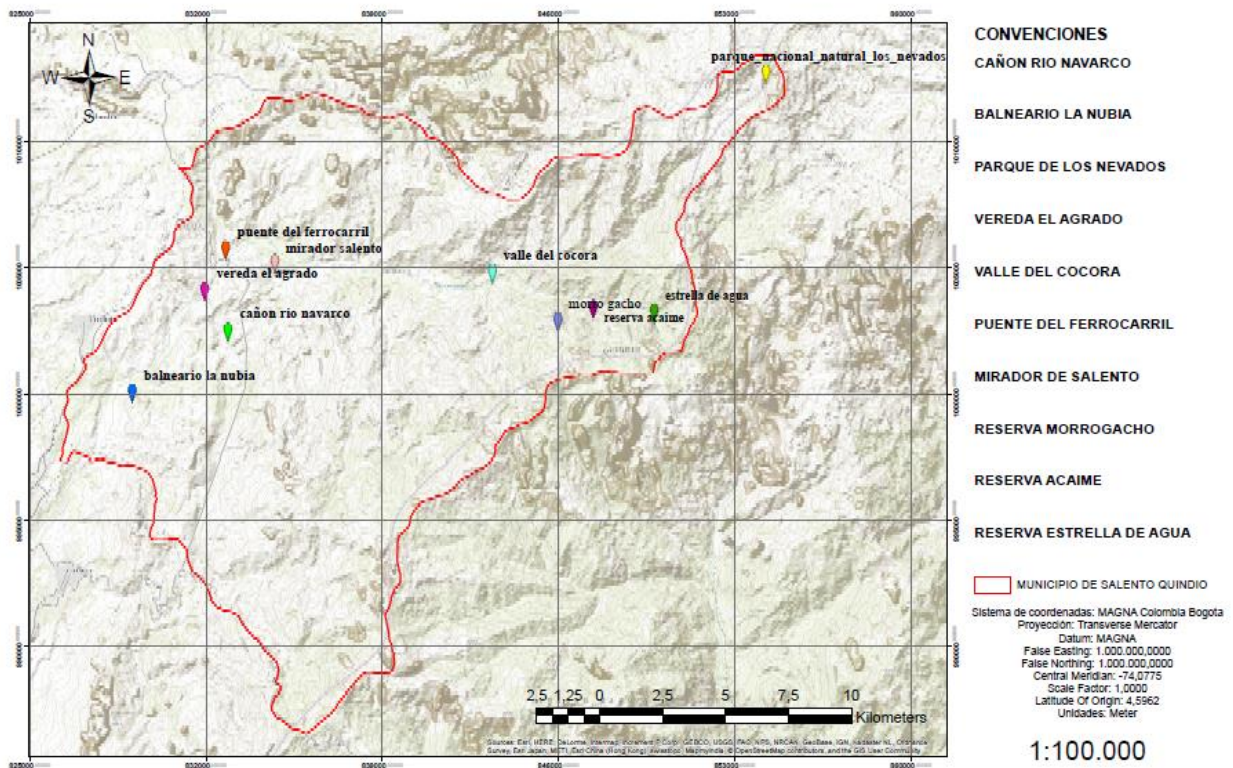
Las viviendas del municipio tienen gran influencia de la arquitectura de sus pobladores inmigrantes llegados del departamento de Antioquia; sin embargo, también han ido evolucionando a partir de diseños de otros lugares.



Imagen 3. Panorámica del paisaje Valle de Cocora

Fuente. Autora

Las viviendas, pero también infraestructura del lugar, como el puente de la Explanación o del ferrocarril nacional, en la Vereda Boquía, los túneles del ferrocarril que pretendía cruzar la cordillera central; la arquitectura municipal con influencia de la colonización antioqueña, el parque Mirador, desde donde se observa la cuenca alta del Río Quindío, la plaza de Bolívar y la iglesia católica Nuestra Señora del Carmen. Sectores históricos como algunos tramos del Camino Nacional y Boquía y el antiguo paso obligatorio de los viajeros, científicos, ejércitos españoles, historiadores, comerciantes y libertadores que se dirigían al occidente o al centro del país, quienes transitaban en las diferentes épocas de la nación, como la conquista, la colonia y la república, por el Camino Nacional, son valores culturales legados de la llegada de sus primeros pobladores a finales del siglo XIX y principios del siglo XX.



Mapa 2. Atractivos naturales y culturales de Salento. Fuente. Elaboración propia.

La oferta de alojamiento en el casco urbano es de 131 camas, lo cual equivale a un 22.78% del total de la oferta, distribuidas así: en hoteles y hostales como la Posada del Café, Calle Real, las Nubes y El Jardín (74 personas – 56.48%); en fami-hoteles como Las Palmas y el Frontino (50 personas – 38.16) y en casas campestres como Hato Grande (7 personas – 5.34%). La oferta de alojamiento en el área rural alcanza las 444 camas, con un 78,16% del total de la oferta, las cuales se distribuyen de la siguiente manera; en hoteles como la Posada Alemana y Mis Bohíos (232 personas – 52.96%), en fincas que cuentan con alojamiento en casa tradicional (68 personas – 15.52%), en reservas naturales y centros de formación ambiental (85 personas – 19.40%), en fincas campesinas (42 personas – 9.58%), en alojamientos campestres no tradicionales (17 personas – 3.82%) (Centro Grancolombiano del Paisaje Cultural Cafetero, s.f.).

### 3. Elementos de los anteriormente identificados que están relacionados con las vivencias de ocio en el paisaje natural y cultural de Salento

A lo largo de la tesis se identificaron elementos teóricos relevantes para analizar la relación entre las vivencias de ocio, los paisajes naturales y culturales y la identidad colectiva en contextos influidos por el turismo. Siguiendo el modelo propuesto, para el caso de Salento se evidenció que, en el pasado, las experiencias de ocio de sus pobladores estuvieron determinadas por factores como el libre acceso a lugares naturales: ríos y montañas; la disponibilidad de tiempo libre para salir a caminar, a jugar fútbol los domingos o ir a jugar tejo por las tardes, y a la posibilidad de encuentro que brindaban espacios como la plaza, la iglesia o los cafés.



Imagen 4. Vivienda

Fuente. Autora

Formaba parte de su identidad colectiva, además, cierta forma de subsistencia, consistente en la ganadería y la agricultura de papa, mora, durazno, ciruela roja, manzana, mazorca, maracuyá, tomate de árbol, e incluso café, plátano, piña, guanábana y caña en la tierras bajas más cálidas del municipio. De hecho, cuentan los pobladores que anteriormente era muy común encontrar una pequeña huerta en cada casa, que casi todas las casas tenían patios interiores y compartían una alimentación tradicional acorde a sus condiciones ambientales y ecológicas:

Habitualmente era eso, papa había, era caldo de papa, huevos campesinos, eso era, era el bolo o la vitoria que llamamos, eso si era muy tradicional acá en Salento y todas las hortalizas de hojas: acelgas, espinacas, el repollo, la col, todo eso. Y en cada casa, acá en estos solares había una huerta. Ahora a usted le da tristeza ver unas fincas llevando cebolla o cilantro, ¡no, no, no! (Óscar, entrevista de trabajo de campo, 2017)

Y efectivamente ahora, no solo en las fincas sino también en el centro poblado, escasean los cultivos de autoconsumo de frutas, hortalizas y aromáticas, los patios interiores se han ido transformando paulatinamente en parqueaderos públicos y muchas de las casas tradicionales ya no están habitadas por salentinos, sino que fueron convertidas en locales comerciales, restaurantes y hostales para los turistas que llegan a visitar el paisaje natural y cultural de Salento.

En el próximo apartado se examinarán con mayor profundidad las consecuencias de estas transformaciones en la identidad colectiva de los salentinos, pero por lo pronto resulta necesario comprender con el lector cuál es ese paisaje natural y cultural tan codiciado por los turistas nacionales y extranjeros.

La historia de Salento está enmarcada en las colonizaciones antioqueñas, boyacenses y caucanas de la Cordillera de los Andes, de donde heredó las tradiciones culturales más arraigadas, como el estilo arquitectónico, el patrimonio gastronómico y los modos de vida y producción de alimentos. Además, Salento está situado en las proximidades del Valle de Cocora, una formación geológica única en el mundo, hogar de la Palma de Cera del Quindío (*Ceroxylon quindiuense*). Cuentan los locales que el turismo en Salento se empezó a afianzar tras la declaratoria de la Palma de Cera como “árbol nacional de Colombia” (Óscar, entrevista de trabajo de campo, 2017), y que los primeros visitantes llegaron atraídos por los ecosistemas de páramo y subpáramo que confluyen en las inmediaciones del casco urbano, lo cual ayudó a los pobladores a interesarse por conocer y defender su territorio, dotándolo, además, de un ambiente de protección para esos entornos ecológico-ambientales especiales, por lo menos en un principio. Hoy, sin embargo, el panorama es diferente, como se verá a continuación.

#### **4. La potencialidad de la oferta de ocio en el paisaje natural y cultural como factor transformador de la identidad colectiva de los pobladores del municipio de Salento**

Con el paso de los años, la oferta turística en Salento ha variado de un turismo de conocimiento a uno de ocio enfocado en su paisaje natural y cultural, lo cual ha sido, a su vez, un factor transformador de la identidad colectiva de los pobladores del municipio. La pregunta es ¿hacia dónde se ha transformado esa identidad? ¿Cómo ha sido la transformación de la función simbólica del ocio en los últimos años en Salento?

La mayor parte de los entrevistados en esta investigación coincidió en reconocer que el turismo en la actualidad es un turismo masivo, “de sobreventa”, aparentemente sin estudios de capacidad de carga del entorno, sin control de residuos y que ha impactado directamente en sus espacios de ocio:

La gente sigue saliendo del pueblo a caminar, a ver el parque, a ir a los ríos, todo eso. Pero en este momento, puesto que cada vez hay mayor presencia de visitantes, pues es más difícil que ese contacto íntimo del pueblo con el pueblerino y con su pueblo se de, porque cada vez hay más gente de afuera y se rompe esa relación (Blaney, entrevista de trabajo de campo, 2017).

Además, los mismos pobladores del lugar reconocen que el turismo ha sido causante de una “pérdida de identidad” debido a que se ha realizado de una manera poco planificada y sin valorar suficiente la cultura local. Esto, incrementado por la pérdida paulatina de espacios de reunión y ocio para los pobladores locales, quienes ahora están demasiado ocupados atendiendo a los turistas, ha conllevado que muchos de los habitantes de Salento dejen de realizar las actividades de ocio compartido y colaborativo que disfrutaban anteriormente, entre las que se destacan:

- Encontrarse con amigos en las canchas de tejo
- Ir al río (Quindío, la Verrugosa, el 7 de mayo, el Totazo, Siete Rayos, la Paleta)
- Hacer “paseos de olla”

- Jugar trompo, bolas, fútbol
- Salir a caminar, subir la montaña
- Ver aves
- Montar en bicicleta

Asimismo, los lugares que antes eran de disfrute común para los salentinos, se han ido convirtiendo paulatinamente en espacios de ocio para los turistas, tal como lo expresaba un salentino:

El acceso al río ya no es tan sencillo, algo que fue una cuestión cultural de ir hacer el sancocho se ve ahora imposibilitado por los propietarios de los predios; ahora lo hacemos pero no es lo mismo (...) espacios para los salentinos son muy reducidos, por ejemplo el alto de la Cruz ya es más destinado para los turistas (...) los pocos lugares públicos que hay, uno ya no los siente de uno. (Jaime Andrés, entrevista de trabajo de campo, 2017)

Lo mismo ocurre con los espacios de ocio deportivo de los que solían disfrutar en Salento:

Antes nosotros, pues, en mi época de joven practicábamos mucho deporte, jugábamos fútbol y el domingo era el día para eso, sábados y domingo, nos estábamos todo el día en la cancha jugando fútbol. Y era una relación de amigos así fuera del equipo contrario, pero somos del pueblo, de los mismos que íbamos al río, estábamos en equipos diferentes o en el mismo equipo. Y el domingo nos dedicábamos a eso, a jugar fútbol, de pronto ir al río si no había torneo de fútbol. Ahora no, ahora es difícil encontrar en ese domingo a esos amigos, porque la mayoría ya tienen más años, *los jóvenes de ahora están trabajando o buscando su plata, están en Cocora, están atendiendo el turismo. Entonces se cambió esa manera de vivir, de buscar el domingo para jugar, para ir al río, por atender al turista.* (Óscar, entrevista de trabajo de campo, 2017)

Así, se evidencia que la percepción general de los pobladores de Salento es que con el cambio de los tiempos y con la llegada del turismo se fueron perdiendo sus espacios de ocio y fueron tomando lugar dinámicas más enmarcadas en lo mercantil, en la venta de servicios para los turistas en cualquier momento del día, la semana o el año. Con ello se ha ido erosionando su identidad cultural.

Los deportes extremos, que no formaban parte de la identidad colectiva de los salentinos de tradición, llegaron con el afluente de turistas y al no encontrar una regulación adecuada, se han expandido por el territorio de Salento causando estragos en paisajes naturales y poniendo en riesgo la integridad física de propios y visitantes, como lo narra Jorge Hernán, un caminante de la región:

el caso de los motocarros, cuatrimotos, las bicicletas, las motos, los rallys, y lo acelerados que son, lo irrespetuosos que desgraciadamente en algunas o muchas oportunidades lo son (*sic*) (...), cuando uno va en un camino y va subiendo o bajando y se encuentra con esas motos o subiendo o bajando, pues uno pone en riesgo su vida, por ejemplo. Cuando son demasiados visitantes, ellos llevan aparatos de comunicación, algunos van consumiendo alucinógenos y algunos simplemente van irrespetando, diciendo cosas indebidas, o burlándose de las personas que están allí, eso es muy molesto. (Entrevista de trabajo de campo, 2017)

Es más, muchos aseguran que el turismo como se está llevando a cabo en Salento “sin restricciones”, “sin estudios de capacidad de carga”... está socavando su identidad porque no ha habido políticas públicas que trabajen mancomunadamente con los ciudadanos para proteger la tradición y por el contrario, se han centrado en publicitar los paisajes naturales y culturales de Salento; se han preocupado por ofrecer a los turistas lo que ellos quieren y no lo que se tiene para ofrecer, como cocinas de leña, casas con arquitectura tradicional que les podrían resultar incómodas por no disponer de un baño en cada habitación, etc. Al respecto, uno de los entrevistados identificaba como problemática asociada al turismo en Salento:

La pérdida de la tradición o de las tradiciones montaÑeras y del municipio, porque al llegar personas con una visión de turismo diferente, donde lo que se busca es casi una pleitesía para el turista, no se le enseña al turista que debe venir es a apreciar lo que tenemos, que es la montaña, la naturaleza y las tradiciones del municipio: los arrieros, los montaÑeros, las personas de ruana y todo ese cambio se ha venido dando, pues, a partir de que no hay un trabajo mancomunado entre la administración y los entes culturales para proteger toda esta tradición. (Jonatan, entrevista de trabajo de campo, 2017).

A pesar de las afectaciones anteriormente descritas, que han transformado la vivencia del ocio en los pobladores locales del municipio de Salento- Quindío, éstos continúan teniendo una relación con su entorno natural que les permite vivir experiencias de esparcimiento y diversión, como es identificado por varios de los entrevistados

Algunos familiares tienen propiedades en Palestina entonces yo salgo a caminar por este sector voy con mi perro por las veredas, o me voy hacia estrella de agua, y como soy artesano, encuentro muchas semillas y cositas para mi trabajo. Me distraigo y mantengo muy tranquilo y feliz de vivir en Salento (Cristian, entrevista de trabajo de campo, 2017)

## **5 Implicaciones del turismo en el paisaje natural y cultural de Salento sobre la identidad colectiva de sus pobladores**

El turismo, si bien es una actividad que facilita la vivencia del ocio para quien accede a sus beneficios como turista, no siempre es un posibilitador de ocio, tanto, para quienes fungen como guías o empresarios, como para los pobladores de los territorios donde él se lleva a cabo. Dependiendo de las configuraciones que éste posea, en las que se incluye los tipos de inversiones, el carácter del mismo, el impacto sobre el entorno, entre otras, el turismo implica impactos positivos y/o negativos para la identidad cultural de los pobladores locales de los paisajes naturales y culturales donde se desarrolla. En este apartado se analizan los distintos impactos positivos y negativos del turismo en el paisaje natural y cultural de Salento-Quindío, al igual que se exponen los posibles elementos para el diseño de un modelo de turismo que favorezca el fortalecimiento de la identidad cultural y la vivencia del ocio

Uno de los aspectos referenciados en el trabajo de campo realizado, sobre de las transformaciones en la identidad cultural y colectiva con la llegada del turismo, es la pérdida de las tradiciones

La pérdida de la tradición o de las tradiciones montañeras del municipio, porque al llegar personas con una visión de turismo diferente, donde lo que se busca es casi una pleitesía para el turista, no se le enseña al turista que debe venir es a apreciar lo que tenemos, que es la montaña, la naturaleza y las tradiciones del municipio: los arrieros, los montañeros, las personas de ruana.

Y todo ese cambio se ha venido dando, pues, a partir de que no hay un trabajo mancomunado entre la administración y los entes culturales para proteger toda esta tradición. (Jonatan, entrevista de trabajo de campo, 2017)

Estas tradiciones referenciadas, van de la mano con los cambios en los referentes culturales, en los hábitos y prácticas

Debido a que no tenemos como una educación bien fundamentada dentro de la apropiación del territorio, pues todo lo que llega de afuera empieza a desplazar las ideas locales, no se la moda, las tendencias, lo que quiere la gente. Entonces, ahora los pelados jóvenes, ¿cuál va a hacer su patrón? Pues lo que viene de afuera, no lo que está arraigado de acá.

Sí claro, se puede ver en su ropa, en la forma de hablar, de vivir, identifica qué es del territorio. Así cambie el tiempo cada persona puede mantener su identidad. Lo que no se está trabajando con el turismo es la fortaleza de la educación en la propia historia, entonces la ropa es lo de menos, pero lo que queda en la cabeza de la gente es lo que llega de afuera, no lo que hay acá.

Otro de los impactos más relevantes del turismo, es el desplazamiento y el desarraigo de los habitantes originales del municipio,

la gente se viene para Armenia, se van para Circasia, se van a otros municipios, mucha gente se van para Bogotá, otros están ahí pero pues viviendo ese impacto de frente y sin poder hacer como mayor cosa, de pronto sin saber cómo reaccionar...El turismo desplaza la gente totalmente, porque pues primero que todo el costo de vida es más caro porque ya llegan turistas, pues y obviamente donde está el turismo extranjero, a todos se le abren los ojos, las agallas y empiezan a cobrar más caro sin tener en cuenta que hay gente local que no tiene el mismo nivel de ingresos que tiene un turista. Por ejemplo, yo vivía en Salento con una casa contratada con arrendo, con contrato pues hecho y me pidieron la casa, no importante que me tuvieran que perdonar los arrendamientos, lo que fuera, con tal, simplemente de poder sacarle mayor rentabilidad arrendándolo por días. Yo soy un desplazado del turismo (Blaney, entrevista de trabajo de campo, 2017).

Este factor se encuentra plenamente relacionado con las transformaciones económicas que implica la actividad del turismo

Y en el pueblito ocurrido una transformación gracias al turismo está creciendo muy rápido, hay muchos negocios Y muchas personas nativas han conseguido empleo, trabajando en restaurantes Aunque muchas personas han dejado la vocación agrícola por dedicarse a tareas referentes al turismo Al igual que las casas han ido adaptándose a las necesidades del turismo volviéndose hostales y hoteles. Si ha cambiado mucho de propietarios el fenómeno que se presenta es que hay gente venía de otras partes, De otras ciudades de Colombia bien extranjeros han comprado casas antiguas y las han convertido en hoteles, hostales Y restaurantes y los que son nativos de acá venden y se van (Cristian, entrevista de trabajo de campo, 2017).

Las transformaciones anteriormente citadas, impactan en el patrimonio material e inmaterial de Salento. En el patrimonio material, se puede ver expresada la identidad colectiva, como lo afirma Arévalo:

El patrimonio, cada día y en mayor medida, es usado socialmente. Se trata de un recurso (construcción social) en permanente reformulación, que mediante el valor de cambio se ha convertido en un producto propio de los nuevos hábitos de consumo en la sociedad del ocio. Es un instrumento de desarrollo social y económico, pero también, un medio de identificación social y una categoría de estudio para entender la manera cómo las personas viven y sienten su pueblo, región y nación. Es decir, la cultura y su entorno más significativo, el patrimonio, como recurso social y oferta turística, es capaz de generar riqueza, especialmente en los ámbitos locales donde no se reconoce el gran aporte patrimonial de los pueblos y las colectividades. *Sin embargo, el valor del patrimonio está en lo que este significa desde los procesos sociales y sus temporalidades internas y no tanto por las formas que este reviste. De manera que el objeto, material o social, significa algo más allá de las formas: la idea que lo generó, los usos y funciones para los que se creó, el contexto en el que se originó.* (Arévalo, 2010:9, subrayado propio)

De allí que, la sensación de los salentinos, es que el contexto y la intención que generaron su patrimonio se está perdiendo con los rápidos cambios demográficos que suceden y con las características de una nueva la dinámica económica, sustentada en el turismo

El turismo ha conllevado que se valoricen las casas y como tal, entonces son adquiridas por personas, muchas de las cuales no quieren el territorio, y no quieren la arquitectura, no quieren las casas, no quieren su historia, la desconocen, obviamente, entonces como tal no la aprecian y hacen con ella lo que quieran. Se pierden los patios interiores... (Jorge Hernán, entrevista de trabajo de campo, 2017)

A pesar de las diversas implicaciones que el turismo ha tenido en el Paisaje Natural y Cultural de Salento, descritas anteriormente, existen aspectos que son advertidos por los entrevistados como beneficios del turismo:

En este momento hay unos beneficiarios directos y unos indirectos del turismo. Se me hace que los beneficiarios directos son los locales en una pequeña cantidad, que son dueños de las viviendas donde se arrienda todo lo comercial, ya que se aprovechan de la situación turística para subirle los precios a esas viviendas, en segunda medida las personas que montan las tiendas y los hoteles, son personas que son de afuera y se benefician también. (Jonatan, entrevista de trabajo de campo, 2017)

Al respecto, es importante mencionar que “el Quindío, de forma espontánea, se ha convertido en el principal destino de turismo rural en Colombia” (Chaparro y Santana, 2011), siendo Salento, el principal destino turístico del departamento.

Sin embargo, estos beneficios mayoritariamente han favorecido a inversionistas de otros lugares, ya sean provenientes de Colombia o de otros países. Como ha sido analizado anteriormente, uno de los impactos más relevantes de la actividad turística ha sido el desplazamiento de los pobladores locales y la llegada de personas externas al territorio que, por ventajas principalmente económicas, han consolidado sus negocios en el paisaje natural y cultural de Salento

Pues teniendo la oportunidad de inversión que tienen ellos [los extranjeros], porque siempre las monedas de cambio les dan una ventaja, aparte tienen una visión porque vienen de países

normalmente donde el turismo es una fuente de ingreso importante, pues tienen digamos cierta ventaja con las personas que apenas estamos aprendiendo sobre el turismo, entonces pues son visionarios ya que no hay unas políticas claras respecto a la inversión que puedan hacer estas personas que son de otras nacionalidades y pues sacan provecho (Jonatan, entrevista de trabajo de campo, 2017)

A partir de estas problemáticas y en pro de subsanar las implicaciones negativas del turismo en la identidad cultural y colectiva y en el entorno ecológico ambiental del paisaje natural y cultural de Salento, existe la necesidad de construir un nuevo modelo turístico para el municipio. Desde el convencimiento de que el turismo se puede formular de maneras tales que contribuya positivamente a salvaguardar las identidades culturales locales, con sus expresiones tangibles como el patrimonio material, y sus entornos naturales, en este caso, el Paisaje Cultural Cafetero y el Valle de Cocora, se expone a continuación las características más apropiadas de un turismo sostenible (y/o responsable) en Salento, planteadas como resultado del trabajo de campo:

Una, es el análisis de la capacidad de carga para planear la oferta

Lo primero es empezar a entender es que cada lugar tiene una capacidad de carga, que tiene una capacidad de personas que puede tolerar, eso es algo básico. Y lo otro es ver cuál es la vocación del lugar, si es para un turismo de naturaleza, si es un turismo cultural, si es histórico, si es todas o depende de que es y bueno, si como que básicamente teniendo en cuenta la vocación del lugar, la capacidad de carga como te acabo de decir. (Blaney, entrevista de trabajo de campo, 2017)

Nosotros tenemos para eso una frase: “menos es más”, entonces podríamos recibir más recibiendo menos, pero gente más respetuosa, gente con un mayor conocimiento, gente con otras intenciones, por ejemplo turismo de naturaleza, podría ser muy buen tajo eso para todos nosotros, tratar de aumentar un poco más lo de artesanías, realmente artesanías quindianas, que hoy día ocupan un espacio muy pequeñito dentro del entorno salentino. (Jorge Hernán, entrevista de trabajo de campo, 2017)

Salento no debería dejar entrar tanta gente simultáneamente, yo le apuesto a una propuesta de turismo sostenible controlando el acceso de carros y gente diariamente, estos controles no se han

establecido porque los que ya están establecidos aquí van a poner problema porque se les van a dañar sus negocios. (Juan Pablo, entrevista de trabajo de campo, 2017)

Una propuesta para menguar los impactos del turismo en el municipio que está relacionada con la capacidad de carga, es el mayor aprovechamiento del transporte masivo, históricamente utilizado en las zonas de colonización antioqueña y por ende del municipio de Salento, el jeep willis

Yo creo que primero es ser uno muy consciente y determinar una capacidad de carga - Yo creo que si hay algo que lo mantenga y si hay que mantenerlo, es y es atractivo es el jeep willis, ese si, ese yo creo que es algo que mantiene Salento y que debe fortalecer, el paseo por el jeep willis, ya no es lo mismo ir por la carretera pavimentada, bueno ese paseo ya se perdió, pero la gente disfruta. Yo he ido con muchos extranjeros y uno a veces es peliándose el puesto porque imagínese para Cocora, y uno cree que ellos van a querer el puesto de adelante o irse allá sentados, se quieren es ir de pie, observando. (Óscar, entrevista de trabajo de campo, 2017)

Otra, es el manejo del turismo, principalmente por los pobladores locales

Debería ser el turismo manejado por los locales teniendo en cuenta que los locales deberían estar educados y apropiados de su territorio para defenderlo. (Blaney, entrevista de trabajo de campo, 2017)

Uno de los aspectos relevantes y concurrentes en las entrevistas realizadas respecto a los elementos de un nuevo modelo turístico, es la adopción y diseño de estrategias para el mantenimiento de la identidad cultural y colectiva y por ende la defensa del patrimonio inmaterial:

...teniendo en cuenta que turismo es diferente al visitantismo: visitantismo es aquellas personas que vienen, visitan y no pernoctan. Turistas son aquellas personas que están dentro del municipio y pernoctan. Si nosotros vendemos una propuesta donde la persona que va a venir a pernoctar quiere adaptarse a las tradiciones y costumbres del municipio, no tendría, pues, por qué haber una afectación a las ya mencionadas tradiciones. Hay un modelo que se está implementando a nivel mundial, que se llama el turismo naranja, está por la UNESCO. Y el turismo naranja habla, no directamente sobre los campesinos, sino sobre que es un todo lo que hay en un lugar (...) el turismo no es solamente lo físico sino también lo inmaterial, y eso

encajaría, dándole un manejo a la protección de esas tradiciones campesinas y montañeras. (Jonatan, entrevista de trabajo de campo, 2017)

No es sencillo decir X modelo se puede aplicar en esta comunidad menos cuando toca temas propios de identidad y cultura. (...) yo pensaría más que en un modelo de turismo impulsar otras dinámicas y actividades económicas como la agricultura fortalecer esa identidad y la cultura La cuestión es que no nos importa ser para nosotros sino para entrar para los turistas (...) Me parece que más que pensar en los turistas tenemos que pensar en la gente de acá por ejemplo a mí me dicen que debería aprender inglés para atender a los extranjeros o que poniendo mi carta en inglés me iría mejor, la verdad yo no lo voy a hacer. (Jaime Andrés, entrevista de trabajo de campo, 2017)

En este aspecto, los elementos históricos adquieren un valor relevante

Rescatar muchos valores de ahora años, con charlas haciendo recuento de esa época, con las personas mayores, de tiempo de atrás, encuentro de saberes, para recoger la historia de Salento. Se puede sostener con un buen manejo, recuperar muchas tradiciones que se han perdido en el pueblo, mitos, leyendas, interactuar con los turistas. (Juan Carlos, entrevista de trabajo de campo, 2017)

También deben ser tenidas en cuenta en un nuevo modelo de turismo, otro tipo de economías fortalecidas en lo local, como lo sueña otro poblador de Salento:

Yo hasta el momento soñé con que en Salento hubiera un centro de procesamiento de productos lácteos. Pensaba que trajéramos gente con conocimientos de los pueblitos de Italia y construyéramos no ellos sino que nos asesoraron, para producir lácteos con denominación de origen. (Jesús, entrevista de trabajo de campo, 2017)

## 6. Propuesta de variables para la investigación empírica de las dimensiones del Modelo para el Análisis de la Identidad Social del Sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios culturales naturales.

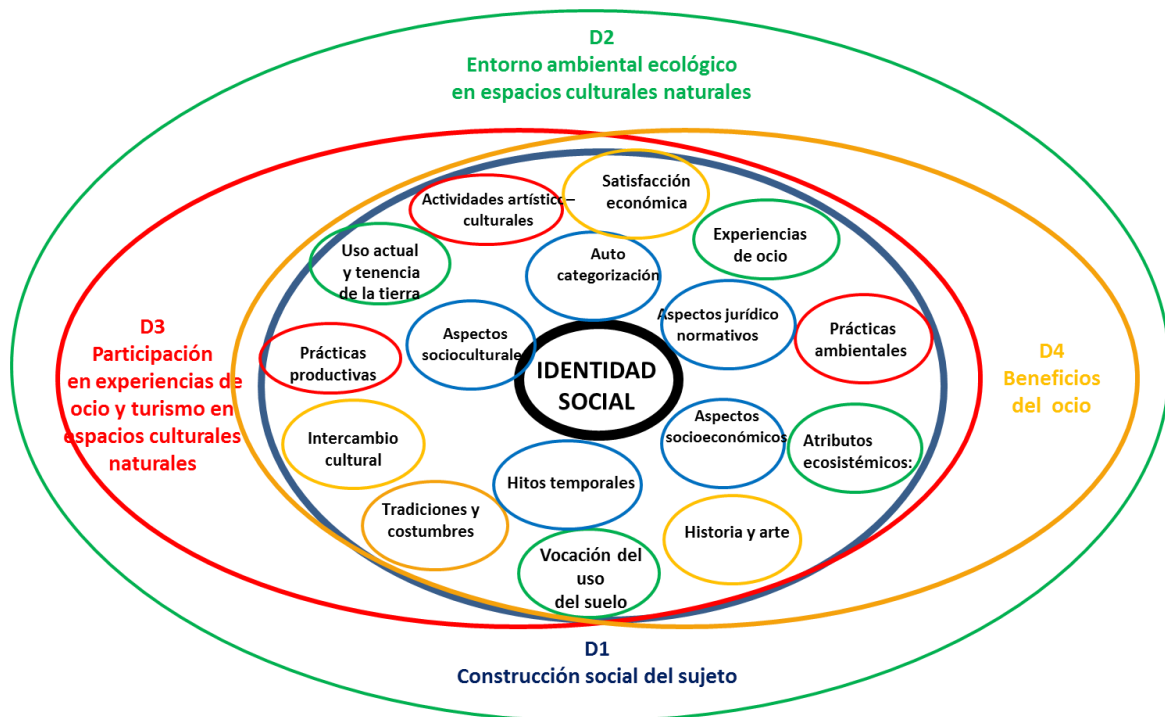
Consideramos interesante que el lector inicie este apartado con una visión general de las cuatro dimensiones y las variables explicativas de cada una de ellas. El gráfico ilustra la totalidad del modelo con base en los resultados inferidos del caso del paisaje natural y cultural del Municipio de Salento. Posteriormente se explica el mismo en detalle.

### 6.1 Dimensión 1: Variables para medir la dimensión de la construcción de la identidad social del sujeto

**Aspectos socioculturales:** Esta variable está relacionada con todo el universo de sentidos y significados que los sujetos construyen colectivamente en contextos sociales particulares. De allí que, cada grupo humano se caracterice por poseer un conjunto de costumbres, hábitos y prácticas que lo diferencian, distancian o acercan de otros. A la par, esta variable es el punto de partida en la construcción colectiva del pasado, con sus olvidos y recursos y ficciones, por ende, es la base sobre la cual se construye la memoria.

En el ejercicio metodológico de aplicación del modelo, encontramos que el municipio de Salento, esta variable está estrechamente vinculada con la variable **Auto-categorización**, la cual indica cuáles son las creencias, las actitudes y las conductas de las personas de este territorio en particular; por ejemplo en lo relacionado con la valoración emotiva y el sentido de pertenencia de los pobladores con su territorio, así lo relata uno de los entrevistados:

Toda mi familia es de acá del pueblo mi padre es nacido y criado acá en el municipio....Esto genera en mí una gran calidad de vida, acá uno vive muy tranquilo turismo puede trabajar, El estilo de vida de este pueblo es muy chévere la calidad de vida muy buen (Cristian, entrevista de trabajo de campo, 2017).



**Ilustración 9.** Modelo para el Análisis de la Identidad Social del Sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios culturales naturales

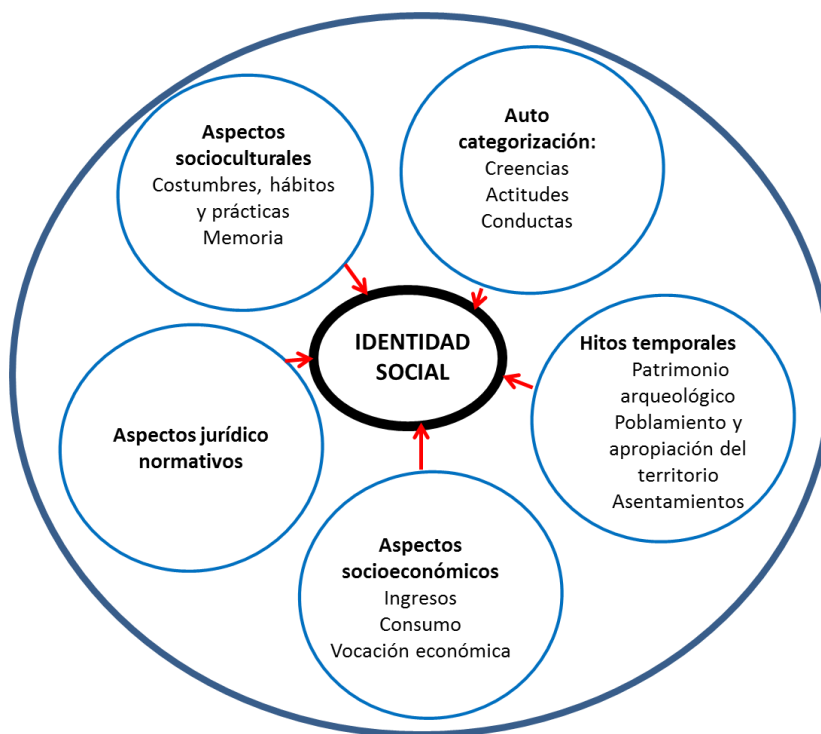
Fuente. Elaboración propia

La afiliación emotiva, se establece en el apego territorial de las prácticas que configuran el ser campesino: el trabajo con la tierra a través de la siembra, la cercanía con los animales, el contacto constante con el entorno natural, la importancia de las relaciones familiares.

Hay unos patrones culturales que se dieron desde mi infancia, que tienen que ver con la vida campesina, que tiene que ver con el apego por el territorio, ahí es dónde empiezo a meterme con el tema de identidad, cuando a uno le tocan las entrañas, cuando todo lo que uno hace en la vida es también visceral, ahí empieza a tener participación el concepto de identidad.

Desde pequeño he estado apegado a esta tierra, porque tengo un núcleo familiar que me inculcó el amor por la tierra, me inculcó el amor por los animales, todo eso se va escalando hasta lo que es uno, hasta lo que uno proyecta. Retomo lo que planteo en los aspectos sociales porque uno es apegado a esta tierra y quisiera que las cosas mejoraran y quisiera vivir bien, ese mismo amor y esa misma visceralidad lo obliga a uno a actuar.

Todas esas preocupaciones que le llegan a uno de lo que se está dando en el territorio, que no son gratuitas, que no aparecen de la nada, que uno sabe de dónde llegan, sabe los orígenes, entonces la misma visceralidad lo obliga a uno a actuar, uno está en la onda de la brega, de la lucha, para que esas cosas que se pretenden instalar acá no se den (Jaime, entrevista de campo, 2017).



**Ilustración 10.** Modelo para el Análisis de la Construcción de la Identidad Social del Sujeto D1

Fuente: Elaboración propia

Estos elementos de carácter cultural, se relacionan con la variable de los **aspectos socioeconómicos**, que para el caso de los pobladores de Salento, se establece en un modelo de economías campesinas y rurales, de las cuales directa o indirectamente se obtiene parte de los ingresos. Como lo relata uno de los entrevistados, y se ha venido explicando a lo largo de este capítulo, anteriormente la producción agrícola y el trabajo campesino formaban parte de su identidad colectiva:

Alrededor de la papa había todo un ritual, lo mismo con la mora y con los solares, ahí había unas ritualidades que tienen que ver con lo espiritual, esas situaciones hacían parte de nuestra cultura; el turismo es una cosa nueva, estamos en la economía del turismo... alrededor de 12 o 15 años (Jaime, entrevista de trabajo de campo, 2017).

Sin embargo, con la llegada del turismo la vocación económica del municipio se transforma y la venta de servicios empieza a ser la actividad económica de mayor importancia; dando como resultado un incremento en los ingresos tanto como en el consumo.

Otra de las variables que constituye esta dimensión, es la de los **hitos temporales** que se relacionan con la historia del poblamiento de los paisajes culturales y naturales. En el caso del municipio de Salento, el origen se remite al tiempo pre-colonial, que hoy se conoce por las marcas arqueológicas patrimoniales existentes en el territorio; posteriormente transita por la época de la colonia y se potencializa con los procesos de colonización antioqueña y boyacense.

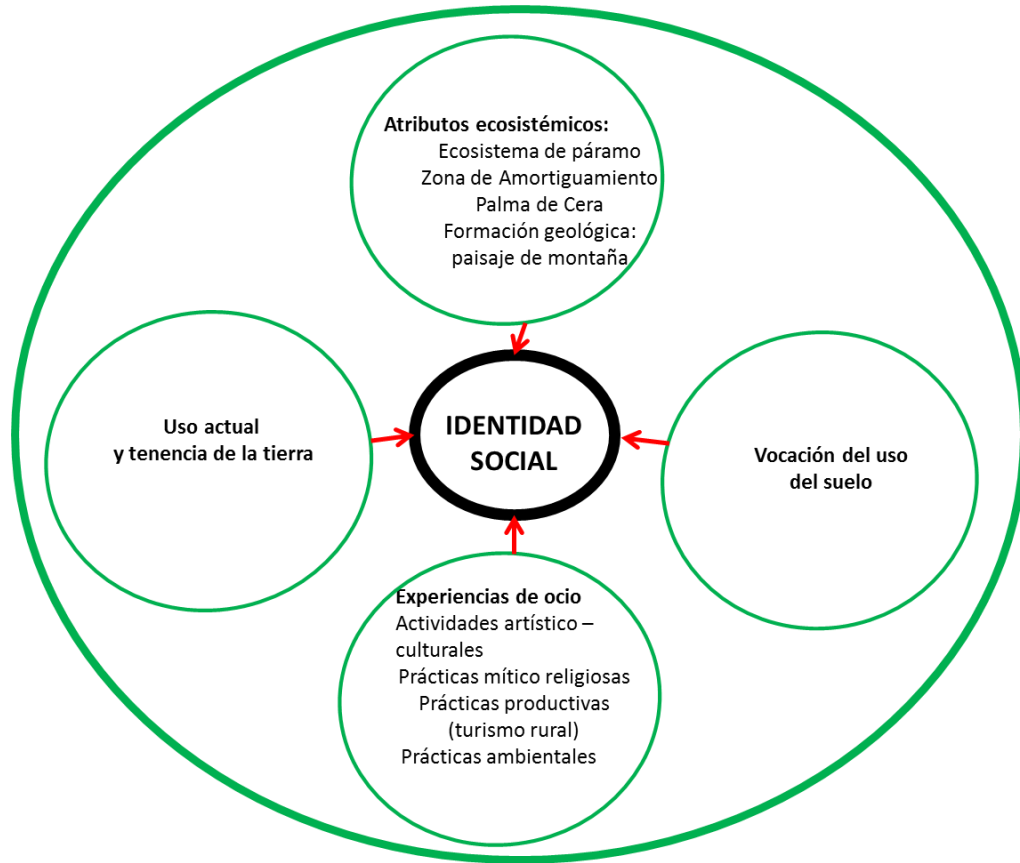
Por último, esta dimensión se completa con la variable de los **aspectos jurídicos y normativos** presentes en los distintos momentos del Estado Nación, por ejemplo frente a la regulación estatal de los usos del suelo, a la demarcación de los límites de la zona de amortiguación de los Parques Nacionales Naturales (en este caso el PNN Los Nevados), o respecto a la declaratoria de dos de las veredas de Salento como parte del Paisaje Cultural Cafetero Patrimonio de la Humanidad.

## **6.2 Dimensión 2: Entorno Ambiental- Ecológico en espacios culturales naturales**

En capítulos anteriores se explicaba el modo en que la identidad social está determinada por el entorno ambiental-ecológico en el que se desarrolla. En el caso de Salento, su entorno está dado en lo ecológico por **atributos ecosistémicos** tales como:

- Ecosistema de páramo
- Zona de Amortiguamiento del Parque Nacional Natural Los Nevados
- Palma de Cera (árbol nacional)
- Paisaje de montaña
- Formación geológica (con sus fuentes hídricas, por ejemplo)

- Además, se construye a partir de cierta **vocación del uso del suelo** en conjunción con el **uso actual** y la forma de **tenencia de la tierra**. La vocación de uso de la mayor parte del suelo de Salento es de conservación, mientras su uso actual predominante es ganadero, en cierta medida agrícola o está destinado a monocultivos forestales de pino y eucalipto, los cuales le aportan un matiz especial al paisaje salentino.



**Ilustración 11.** Variables explicativas de la D2 del Modelo para el Análisis de la Identidad Social del Sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios culturales naturales D2

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la tenencia de la tierra, muchos de los pobladores sienten que se ha fortalecido la propiedad privada, por ejemplo al narrar cómo ya no pueden acceder tan fácilmente a los ríos que antaño visitaban porque ahora son “propiedad privada” delimitada y cercada:

A esos sitios ya no se puede ir porque en ese entonces como no había tanto flujo de personas, sino que éramos los locales, uno entraba y pedía permiso porque eran predios privados para uno llegar a esos charcos pasaba por predios privados. Ahora con todo el flujo de personas que llegan se ha tenido, digamos una barrera y yo creo que debe ser así, la propiedad privada. *Entonces hay propiedad privada, prohibido pasar, no podemos acceder al río. De alguna manera en la parte ambiental es bueno, pero en la parte de diversión se ha perdido todo eso, porque nosotros mismos nos hemos encargado de que nos coloquen esa barrera porque no hemos tenido la formación y la educación de ir al río, hacerlo de una muy buena manera, una muy buena práctica.* Entonces mucha gente va allá hace su fogata, lleva su almuerzo y deja la basura. Entonces yo sé que en la parte ambiental es una medida de control y ahí hay que aceptarlo porque es dinámico, los tiempos cambian. (Oscar, entrevista de trabajo de campo, 2017)

O bien, esos sitios están ocupados por los visitantes foráneos:

El turismo ha ocupado los espacios que antes eran para el salentino y el salentino se volvió esclavo por atender el visitante. Con la llegada del turismo a Salento se ha dado un desplazamiento local muy fuerte donde las grandes propiedades quedaron en manos de los extranjeros y sus propietarios iniciales terminaron desplazados y empobrecidos. Pero de lo poco que ha existido (en identidad) se transformó en hábitos de atención al cliente. (Herney, entrevista de trabajo de campo, 2017)

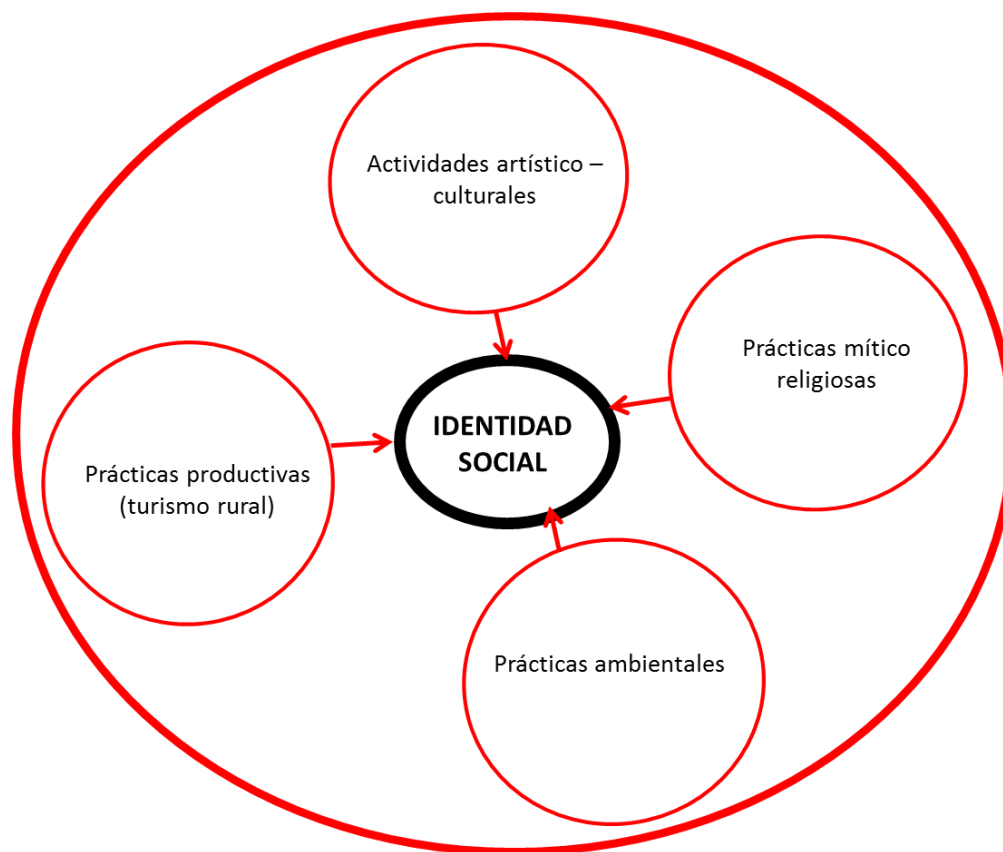
Las experiencias de ocio representadas en Actividades artístico –culturales, Prácticas mítico religiosas, Prácticas productivas (turismo rural) y Prácticas ambientales han sido definidas en el capítulo III y se exponen en relación con los resultados empíricos en la dimensión de participación en la vivencia del ocio que se presenta a continuación.

### 6.3 Dimensión 3: Participación en la vivencia del ocio en contextos turísticos

Esta dimensión del modelo está compuesta por cuatro variables: las actividades artístico-culturales, las prácticas mítico-religiosas, las prácticas productivas (específicamente relacionadas con el turismo rural) y las prácticas ambientales.

En el caso de Salento, la participación en **actividades artístico-culturales** y **mítico-religiosas** por parte de los pobladores del municipio se ha visto modificada por cuenta de la oferta de ocio que ahora predomina en el municipio, tal como lo explicaban algunos entrevistados: “Se evidencian cambios en las actividades de los lugareños, en los encuentros del parque, en las visitas a río y conversas en los cafés de la plaza principal de Salento” (Martha, entrevista de trabajo de campo, 2017); “En cuanto a la música, se han presentado cambios: el joven hoy día escucha reguetton y a nosotros nos gusta la música vieja, como nosotros nacimos acá en Salento, aquí crecimos” (Juan, entrevista de trabajo de campo, 2017). Como resultado de estos cambios, su identidad social colectiva se ha visto también modificada por cuenta del gran flujo de turistas y visitantes que llegan atraídos por la belleza de los paisajes naturales y culturales de Salento:

Digamos que muchas costumbres han cambiado, pues esas reuniones en la plaza, en noches de niebla, con sus ruanas tradicionales, ya casi no se ven. Los intereses han cambiado hacia lo económico y se ha dejado de lado algunas prácticas hasta de tipo religioso, que eran muy importantes. Las casas eran de ventanas abiertas y ahora no se puede porque cientos y miles de personas se asoman a ver sus pertenencias. Ellos comentan que eso es terrible. (Marta, entrevista de trabajo de campo, 2017).



**Ilustración 12.** Variables explicativas de la D3 del Modelo para el Análisis de la Identidad Social del Sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios culturales naturales D3

Fuente: Elaboración propia

Otra de las variables de la identidad social de los salentinos que se ha visto modificada por cuenta de las dinámicas propias del turismo es la de las **prácticas productivas**, las cuales han variado en pro de atender la demanda de los foráneos, quienes vienen demandando condiciones distintas a las que existían anteriormente, lo cual ha contribuido a transformar la identidad colectiva de los locales:

Estamos perdiendo identidad cultural, me estoy sintiendo extraño en mi propio territorio, porque estamos perdiendo las características culturales con las que nacimos y nos criamos, ahora nos toca

adaptarnos a la gente que viene, ejemplo ahora toca tenerle agua caliente a los que llegan, mucha seguridad, toca tenerles todas las comodidades, muchas comodidades foráneas. (...) Pérdida de vocación agrícola del municipio, pérdida de identificación cultural, pérdida de valores (Juan Pablo, entrevista de trabajo de campo, 2017).

Por último, la identidad social de los pobladores de un escenario turístico como Salento se puede ver beneficiada en términos de su propia vivencia de ocio en relación con sus **prácticas ambientales**, como ir al río o realizar caminatas por la montaña, actividades que en muchos casos, los lugareños aún continúan practicando:

Algunos familiares tienen propiedades en Palestina entonces yo salgo a caminar por este sector voy con mi perro por las veredas, o me voy hacia estrella de agua, y como soy artesano encuentro muchas semillas y cositas para mi trabajo, Me distraigo y mantengo muy tranquilo y feliz de vivir en Salento (Cristian, entrevista de trabajo de campo, 2017).

Salgo a los mismos recorridos de naturaleza, a caminar o al río, o a subir la montaña o a montar en bicicleta o ver aves, pero entonces no en el contexto de la guianza con el turista sino solo, porque me gusta (Blaney, entrevista de trabajo de campo, 2017).

#### **6.4 Dimensión 4: Beneficios y otras implicaciones de la vivencia del ocio en contextos turísticos**

A partir de la Ilustración 13, en la cual se identifican las variables explicativas, se analizan los beneficios que resultan de las vivencias de ocio en estos espacios.

La vivencia del ocio en contextos turísticos conlleva diversas implicaciones para los pobladores locales. Entre los beneficios reconocidos por los salentinos se destacan la **satisfacción económica** y el **intercambio cultural**. Respecto a la primera, ellos afirman, por ejemplo, que “la calidad de vida ha mejorado puesto que ya todo el mundo cuenta con un ingreso, entonces el impacto ha sido positivo... yo he visto a la gente que ha sacado adelante sus negocios” (Cristian, entrevista de trabajo de campo, 2017).



**Ilustración 13.** Variables explicativas de la D4 del Modelo para el Análisis de la Identidad Social del Sujeto a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios culturales naturales D4

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, otro entrevistado argumentaba que:

En este momento hay unos beneficiarios directos y unos indirectos [del turismo], se me hace que los beneficiarios directos son los locales en una pequeña cantidad, que son dueños de las viviendas donde se arrienda todo lo comercial, ya que se aprovechan de la situación turística para subirle los precios a esas viviendas, en segunda medida las personas que montan las tiendas y los hoteles, son personas que son de afuera y se benefician también (Jonatan, entrevista de trabajo de campo, 2017).

Sin embargo, esos beneficios económicos presentan matices, pues:

El turismo proporciona condiciones para resolver las necesidades básicas de los habitantes, para tener algo de dignidad, pero el turismo en Salento también genera estrés económico porque a veces los visitantes solo vienen a dar una vuelta y no hay consumos, a veces uno se preocupa porque no llega gente al negocio (...) proporciona condiciones para resolver necesidades básicas (Jaime, entrevista de trabajo de campo, 2017).

Frente a la variable del **intercambio cultural**, Salento es un lugar privilegiado en cuanto es visitado por innumerables turistas de cualquier lugar del mundo, con los cuales los locales pueden compartir, aprender y enriquecerse en aspectos culturales, artísticos, gastronómicos, lingüísticos y por supuesto, económicos.

La variable **historia y arte** está directamente relacionada con la vivencia de los salentinos sobre su patrimonio. Habla de un disfrute que posiblemente se ha incrementado en los últimos tiempos, como lo manifiesta una de las entrevistadas:

He visto en los últimos años algunas voces que claman por el respeto por el patrimonio natural, por el patrimonio material y por la preservación de las costumbres. Hay una mesa ciudadana, que se encarga de tocar esos asuntos y solicitar protección para los salentinos (Marta, entrevista de trabajo de campo, 2017).

Sin embargo, frente a los cambios más específicos en el patrimonio material inmueble, la sensación de los salentinos por lo general no es muy positiva:

... los pisos de las casas se reemplazan por cerámicas cuando son de madera tan hermosos, por nombrar nomás algunos elementos que han cambiado de la estructura cultural del municipio. (...) el turismo ha conllevado que se valoricen las casas y como tal, entonces sean adquiridas por personas, muchos de los cuales no quieren el territorio, y no quieren la arquitectura, no quieren las casas, no quieren su historia, la desconocen, obviamente, entonces como tal no la aprecian y hacen con ella lo que quieran. [Por ejemplo] se pierden los patios interiores... (Jorge, entrevista de trabajo de campo, 2017).

Y esa pérdida por lo general está asociada a los cambios en la vocación económica principal del municipio, ya que en muchos casos esos patios interiores y los solares de las casas han sido vendidos o convertidos en parqueaderos para visitantes (Juan Pablo, entrevista de trabajo de campo, 2017). Es más, respecto al patrimonio natural de los salentinos, que como se ha explicado, es fundamental en su participación y disfrute del ocio, resulta evidente:

En los caminos un deterioro producido por las patas de los caballos que suben en cabalgata con los turistas. Algunos tramos del río ya han perdido sus charcos, porque ese mismo tránsito animal ha producido zanjonés y el río se vuelve turbio. Creo que la calidad de agua que llega a las bocatomas no es la misma. Algunos visitantes hacen fogatas y cortan troncos de árboles y arbustos (no sabe uno si de especies amenazadas) (Martha, entrevista de trabajo de campo, 2017).

A propósito de las modificaciones físicas en el municipio, que son correlato de las variaciones en la identidad social de los salentinos, la última variable de análisis de esta cuarta dimensión es la de las **tradiciones y costumbres**, que de una u otra forma se han visto fortalecidas al ser exaltadas y reconocidas por otros:

Por ser costumbre paisa somos de alguna manera privilegiados por ese don de ser de la cultura paisa de ser acogedores, y eso el extranjero eso lo notan: "estuvimos en tal parte, pero aquí la gente es muy bacana, todo chévere". (Oscar, entrevista de campo, 2017)

Adicionalmente, aspectos legales y normativos como la declaratoria de Paisaje Cultural Cafetero también han impulsado el reconocimiento de las tradiciones, costumbres e identidades colectivas locales:

El flujo turístico del municipio ha aumentado desde la Declaratoria del PCC. Sabe las generalidades del tema, pero realmente poco sabe de los procesos que adelanta el Estado para su protección. Ahí tenemos buenas oportunidades. *Salento siendo tan turístico, tiene la posibilidad de fomentar un turismo ambiental y productivo con la gente del campo, mostrándoles a los turistas como viven nuestros campesinos, que son distintos a los campesinos europeos, africanos o norteamericanos y aquí los modos de producción son totalmente diferentes, mostrándole a la gente como viven los campesinos nuestros, como se ordeña una vaca, como son las faenas en una*

*finca, una cogida de café.* Aquí se han hecho intentos, que se han quedado en el camino. Lorena Arias, lo ha hecho hacia la zona del Tolima, pero si un mes consigue turistas para el otro ya no. Todos los tipos de turismo se han incrementado, últimamente han llegado turistas europeos preguntando por el valle de los hongos en Cocora (turismo alucinógeno), el avistamiento de aves, los que vienen a observar las cuatro casas que aún se conservan de arquitectura típica, inclusive el turismo sexual, de micro tráfico de droga, igual que cualquier otro municipio, se ha disparado el consumo de droga, en los gringos y europeos. A mí ni la mega minería ni el turismo me gustan por eso, no dejan nada nuevo a la ciudad o el territorio, trae mucha gente inclusive a mirar y no dejan nada. (Juan Pablo, entrevista de trabajo de campo, 2017)

Y como parte de esa dualidad entre los beneficios y las implicaciones menos benéficas del turismo en la identidad social, algunos pobladores opinan que “el turismo definitivamente no le ha aportado a la identidad del salentino”, que “atender un restaurante o tender camas en un hotel no hace parte de lo que somos nosotros” (Jaime, entrevista de trabajo de campo, 2017). Es más, en algunos casos se perciben desarraigados porque:

En el pueblito ha ocurrido una transformación gracias al turismo está creciendo muy rápido, hay muchos negocios y muchas personas nativas han conseguido empleo, trabajando en restaurantes Aunque muchas personas han dejado la vocación agrícola por dedicarse a tareas referentes al turismo, al igual que las casas han ido adaptándose a las necesidades del turismo volviéndose hostales y hoteles. Sí ha cambiado mucho de propietarios, el fenómeno que se presenta es que hay gente venía de otras partes, de otras ciudades de Colombia, bien extranjeros, han comprado casas antiguas y las han convertido en hoteles, hostales y restaurantes, y los que son nativos de acá venden y se van (Cristian, trabajo de campo, 2017).

En síntesis:

Claro que si nos ha cambiado mucho porque a veces la percepción y la dinámica económica del municipio, de todos nosotros, ha cambiado, se ha influenciado por el turismo. Nos ha afectado muchísimo porque nos ha cambiado nuestra forma y nuestra identidad cultural lo del turismo (...) Es que nos han cambiado, porque hay desplazamiento, nosotros, mire, hay mucha gente de aquí de Salento que está viviendo en Circasia porque vieron la oportunidad económica de vender su casa a

muy buen precio. Y en Circasia es diferente, más barato el arriendo, es más fácil conseguir una casa. Y ¿entonces que se ha cambiado? Ha habido un desplazamiento de la población local y hay gente de afuera que ha venido con su capital a establecerse aquí en el municipio, a mejorar las construcciones. *Digamos, eso es bueno porque se ha embellecido el pueblo, ha crecido, pero con su capital ha hecho que nosotros los nativos estemos en otro sitio, nos han desplazado (...)* Eso, ya nos traslada de ese origen de pueblo nativo a un pueblo que se volvió fue comercial entonces esa identidad cultural, esos ancestros... Uno por aquí ya ve los caballos, pero en cabalgata, no el señor que viene de la finca, no, es la cabalgata de los caballos de alquiler.

Todo eso se ha perdido, entonces yo creo que nosotros ahora en este momentico, es una mezcla como una capital, como una Bogotá pequeña donde viene mucha gente de otros lados y el propio salentino, no. Esa identidad de pueblo se sigue manteniendo porque mucha gente ha llegado del eje cafetero, cierto, de Antioquia, de Pereira, de Manizales, es muy común en esa parte cultural pero el pueblo, el pueblo ancestral nativo queda muy poco. Ya uno, por ejemplo los graneros, la tienda, don Pedro Bedoya, don Emeramo, don Ramón Elias, que existían, ya no están, entonces hay supermecardos, digamos medianamente grandes. Y eso hace que se pierda ese contacto porque uno va a la tienda a charlas y ahora usted va u coge acá y ya no hay un intercambio de palabras ni de cruce, pagó y adiós. Con el tendero es diferente, usted iba, hablaba, preguntaba. Entonces ese contacto todo se ha perdido. Entonces digamos que si se ha perdido esa manera de vivir acá en Salento (Oscar, entrevista de trabajo de campo, 2017).

## **7. Discusión de resultados. Comparación de las variables derivadas de la teoría fundamentada con las planteadas por la teoría formal**

Conscientes de que el método inductivo solamente ofrece conocimientos probables y que las variables propuestas en el apartado anterior no pueden considerarse como categorías explicativas generalizables, procedemos a su contraste con las variables que, a lo largo del capítulo II, se han

derivado de las teorías formales al respecto. Con ánimo de que tal comparación resulte lo más clara posible, se procede a presentar los resultados en formato tabla.

Así, la discusión de los resultados obtenidos en la observación del caso da lugar a la identificación de las variables para la medición de cada una de las categorías o dimensiones que componen el modelo. Sin embargo la autora, consciente de lo arriesgado de extraer conclusiones generales a partir de la observación de un caso particular, ha considerado oportuno contrastar las variables obtenidas con las variables derivadas de la teoría formal sobre el tema. Por ello, posteriormente, a modo de discusión, se procederá a la comparación de las variables obtenidas de la aplicación empírica del modelo con los fundamentos teóricos que se presentan el Capítulo II.

### **7.1 Dimensión 1: Análisis de variables para medir la dimensión de construcción social del sujeto de la identidad social a través de las experiencias de ocio en espacios culturales naturales**

Sin caer en el determinismo geográfico a ultranza, para definir cualquier forma de colectividad formal, “las identidades sociales descansan en gran parte sobre el sentimiento de pertenencia a múltiples colectivos. Por tanto, las identidades territoriales –v. gr., las locales y las regionales– tendrán que definirse primariamente en términos de *pertenencia socio-territorial*”. (Gilberto Giménez, 1999: 102.

Tal y como ilustra la tabla 18, la D1: Construcción social del sujeto de la identidad colectiva en espacios culturales naturales, se explica de manera muy significativa por las características antropológicas, culturales e ideológicas que caracterizan a la comunidad del Paisaje Cultural y por las narrativas (historia compartida) asociadas a las expresiones culturales típicas y características de dicho Paisaje Cultural.

<b>D1. CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL SUJETO EN ESPACIOS CULTURALES NATURALES</b>		
<b>CATEGORÍAS</b>	<b>VARIABLES</b>	
	<b>TEORÍA FORMAL CONSTRUCCIÓN SOCIAL</b>	<b>TEORÍA FUNDAMENTADA</b>
Características sociodemográficas	Raza	---
	Edad	---
	Clase social	---
	Estado de salud física o mental	---
	Orientación sexual	---
	Género	---
	Nivel educativo	---
Características psicográficas	Participación intereses comunes	---
Características sociales	Significado. Roles impuestos	---
Aspectos cognitivos: Características antropológicas y culturales e ideológicas	Auto-categorización. Reconocimiento o sentido de pertenencia	---
	Narrativa. Cultura compartida	Aspectos socioculturales - Expresiones culturales
	Ideología. Creencias compartidas	Aspectos socioculturales: ○ Representaciones ○ Creencias ○ Memorias
Aspectos políticos	Lo legal o normativo	Jurisprudencia ○ Aspectos jurídicos ○ Leyes
Significación emocional atribuida a la pertenencia al grupo	Evaluación	---
	Importancia	---
	Apego	---
	Enraizamiento	

Tabla 18. Análisis comparativo de variables para medir la dimensión construcción social del sujeto la identidad social a través de las experiencias de ocio en espacios culturales naturales

Fuente: Elaboración propia

En estrecha relación, las ideologías compartidas que se manifiestan en creencias comunes, representaciones y memorias colectivas juegan un importante papel. En el caso concreto de la construcción social de la identidad colectiva del Paisaje Cultural Cafetero en el Municipio de Salento, la identidad cultural, el patrimonio cultural inmaterial, juegan por tanto un papel fundamental.

En las ciencias sociales, la identidad es punto de partida de la determinación del territorio y su historia, en cuanto a su construcción y valoración. “En términos a la vez filosóficos e histórico-sociales, la identidad es institución inaugural sin la que cual nada es posible (ni en el actuar ni el pensar), y que además es totalmente insuficiente”. (Castoriadis, 1998: 58).

Asimismo, la importancia que adquiere la ordenación y planificación del territorio en ecosistemas especialmente frágiles, como resultan ser los paisajes culturales hace que una nueva categoría no incluida en las teorías clásicas de la identidad colectiva adquieran especial relieve, los aspectos jurídicos y normativos que ordenan el territorio y sus usos.

Así lo demuestran las entrevistas realizadas con diferentes individuos, en particular del casco urbano. En ellas encontramos, que la conformación de la Mesa Ciudadana de Salento, en torno al documento marco del ordenamiento municipal, ha ido generando un proceso de cohesión social, antes inexistente, que podemos tomar como una noción psicográfica, en torno al interés común de la planeación del territorio.

Ello ocurre en torno a la legislación nacional de ordenamiento territorial (Ley 388 de 1998), la ciudadanía se ha reunido, a lo largo de más de tres años; tal proceso, por la información que se desprende de las entrevistas, se ha ido fortaleciendo paso a paso, para participar en la reforma del Esquema de Ordenamiento Territorial vigente desde el año 2000.

De allí se ha desprendido también el interés colectivo, de tener una mayor incidencia en los procesos ligados al turismo, del que paulatinamente ha sido y se ha sentido desplazada la comunidad, por foráneos.

Pues la comunidad ha ido viendo en un corto lapso la afectación de sus impactos: la reducción del recurso hídrico, el cambio de vocación del suelo, con la consecuente pérdida de soberanía alimentaria, el cambio del paisaje urbano y la exagerada intromisión de los turistas en la vida cotidiana.

## **7.2 Dimensión 2: Variables para medir la Dimensión del Entorno Ambiental- Ecológico de la identidad colectiva**

La dimensión del entorno ambiental de la identidad colectiva en espacios culturales naturales resulta de tal relevancia que incluso, como ya hemos visto en el apartado anterior, penetra en la explicación de la dimensión de construcción social. El análisis parece apuntar que la construcción de la identidad colectiva en espacios culturales naturales no puede explicarse sin incluir esta dimensión ambiental-ecológica que otorga al entorno un rol fundamental en el imaginario colectivo.

El análisis comparativo de las variables que la teoría formal propone para explicar la identidad cultural y el patrimonio [tanto material como inmaterial] como elementos sustantivos de la dimensión ambiental ecológica, con los resultados obtenidos del análisis de la realidad se explican claramente en la tabla que sigue. Así, se observa que dos de las variables propuestas por la teoría aparecen con fuerza en la explicación de esta dimensión: el patrimonio arqueológico y la historia colectiva, el patrimonio inmaterial que, de alguna manera, también aparece en la dimensión anterior.

Se fundamenta en la idea de que las dimensiones o variables que explican la identidad colectiva co-varían, se relacionan entre ellas, al tiempo que se relacionan con el entorno espacial en el que se desarrollan. El modelo que se presenta a continuación incluye “Dimensión Ambiental-Ecológica de la Identidad Colectiva”. En el caso concreto que nos ocupa y en el que se aplicará el modelo, se tendrá en cuenta la personalidad que caracteriza al Paisaje Cultural Cafetero

concretamente en el Municipio de Salento. Ahora bien, el modelo es susceptible de ser aplicado en otros espacios o lugares. En la tabla 19 se presenta la comparación entre la teoría fundamentada y los resultados empíricos.

Para el análisis se retoma a Cuenca (2203) en su apreciación de que la dimensión hace referencia al encuentro con la naturaleza, con sus atributos ecosistémicos, entendidos como los elementos del sistema natural abióticos y bióticos que interactúan en un tiempo-lugar determinado y que determinan los aspectos cualitativos del entorno ecológico. Para Angel Maya (1996), el ambiente es el resultado de las múltiples relaciones que las culturas establecen con los ecosistemas en tanto soportes de la vida, mediadas por la cultura (conjunto de la formación social que incluye la técnica - herramientas físicas-, las formas de organización social y las manifestaciones simbólicas). El entorno ambiental se produce entonces, en dicha relación sociedad-naturaleza.

La relación del sistema social mediante la creación de paisajes culturales -bienes culturales que representan las obras conjuntas del hombre y la naturaleza- (UNESCO, 2005), con el sistema natural se da en contextos socio-históricos, en los cuales se desarrollan prácticas productivas y amigables (o no), que ocasionan modificaciones en el uso del suelo, en la tenencia de la tierra; creación de nuevos asentamientos, con formas diferentes de apropiación del territorio; conservación o afectaciones al patrimonio arqueológico, que condicionan las características de la identidad social.

Cada lugar, corresponde a la articulación particular de lo espacial, por lo que el espacio existe solo a fuerza de que las relaciones espaciales sean localizadas en un lugar, y por tanto, estén ancladas en la realidad cotidiana (Massey, 2012). El ocio se desarrolla en lugares que tienen un valor intrínseco, ya sea en atributos ecosistémicos, valor socio-histórico y patrimonio, entre otras variables, que generan identidad social en las comunidades locales y en los visitantes; en la Dimensión Ambiental-Ecológica del ocio, la satisfacción desinteresada que produce el encuentro

con los bienes ecosistémicos y culturales se convierte así mismo en el ámbito para la obtención del beneficio del ocio de visitantes y pobladores locales.

En el caso de las zonas de montaña en la región de estudio, se conjugan valores ecosistémicos y humanos, dados por las características geográficas (altitud, pendientes, valles), así como procesos de formación y erosión propiciada por la gravedad, que las convierten en atractivos para las actividades de ocio, no alejadas de las actividades humanas que han contribuido a moldear el paisaje (sistemas productivos, infraestructura, propuestas culturales y prácticas ambientales).

Las prácticas sociales (productivas, ambientales, culturales) tienen un contexto histórico y hacen parte de la construcción de identidad, en la cual los habitantes de la sociedad local pueden afiliarse (Orduna Allegrini, 2012). En el caso del Paisaje cultural cafetero, Duis (2011) lo refiere como el resultado de acontecimientos o tradiciones vivas, ideas, creencias, atributos, procesos histórico- culturales, transformación del entorno de manera continua y permanente, que ha generado una cultura y una identidad cafetera de valor excepcional.

Los periodos y condiciones de poblamiento son una consecuencia de hechos naturales (climáticos, riqueza minera y de biodiversidad) y sociales (desplazamientos, incentivos migratorios o procesos políticos). Para Cuenca (2010), los entramados personales y sociales, subjetivos y de épocas, permiten comprender la complejidad del ámbito en el que se debe ubicar la experiencia de ocio. Estos factores deben ser analizados en la estructuración de la oferta de ocio asociada o no al turismo (visitantes y pobladores), a fin de identificar los desarrollos que pueden permitir el disfrute de la identidad propia o los nuevos procesos identitarios generados.

El fortalecimiento de la identidad colectiva o sus modificaciones, puede apoyarse en los compromisos del comportamiento asumidos por los habitantes de una región que posee atributos para el disfrute del ocio. Actividades cívicas y sociales, como propósitos de conservación ambiental, protección de bosques y biodiversidad, cuidado de las aguas, no están necesariamente asociadas al concepto de identidad en sí mismo, pero podrían ser incluidas en las bases de

algunas nociones teóricas alrededor de este aspecto (Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe, 2004).

<b>D2. ENTORNO AMBIENTAL ECOLÓGICA DE LA IDENTIDAD SOCIAL A TRAVÉS DE LAS EXPERIENCIAS DE OCIO Y TURISMO EN ESPACIOS CULTURALES NAURALES</b>		
<b>CATEGORÍAS</b>	<b>VARIABLES</b>	
	<b>TEORÍA FORMAL IDENTIDAD CULTURAL</b>	<b>TEORÍA FUNDAMENTADA</b>
Características históricas, lingüísticas y psicológicas	Patrimonio cultural material	Patrimonio arqueológico
	Patrimonio cultural inmaterial	-----
	Normativización del comportamiento grupal	-----
	Hábitos y costumbres	-----
	Historia colectiva	-----
	Elementos simbólicos: lenguaje	-----
	Creencias	-----
	Valores	-----
	Afiliación emotiva y sentimiento de pertenencia	-----
Desarrollo territorial del lugar (Municipio de Salento)		Periodos
		Poblamiento
		Asentamientos
		Apropiación del territorio
		Tenencia de la tierra
		Cambio de valoración del uso del suelo
		Estrella hídrica
	Evaluación	-----
	Importancia	-----
	Apego	-----
	Enraizamiento	-----

Tabla 19. Análisis comparativo de variables para medir dimensión entorno ambiental-ecológico de la identidad social a través de las experiencias de ocio en espacios culturales naturales. Fuente: Elaboración propia

Para los pobladores, el reconocimiento del Valle de Cocora, en el municipio de Salento, región donde crece el árbol nacional de Colombia: la palma de cera (*Ceroxylon quindiuense*), como un lugar de interés para grupos foráneos, ha sido un fenómeno reciente; sin embargo, el poblamiento se inició en las zonas medias de las cuencas, como áreas para el desarrollo de actividades económicas relacionadas con la ganadería y el cultivo de papa en la parte alta de la cuenca (ecosistemas de páramo y subpáramo). Actualmente, esta zona se ha convertido en foco de interés para la defensa del territorio, ante amenazas como la minería. Como lo resume Iribarne (2009), estas asociaciones, fines, valoraciones, motivaciones, intereses, convicciones, van configurando su identidad, al hacer efectivas sus capacidades disposicionales. Sin embargo y a pesar de estos compromisos sociales de grupos de interés, se han perdido algunas cualidades ecosistémicas y culturales, así como evidenciado problemas ambientales (manejo de residuos y aguas, deterioro de caminos, ruido e irrupción en lugares de conservación de especies), debido al flujo intenso de turismo de “naturaleza”, realizado con poca consideración de la capacidad de carga de dichos ecosistemas.

Para concluir, se retoma aquí a Recondo (1997), citado por Vallejo, con la definición de identidad, como el resultado de un proceso histórico selectivo o profundamente dinámico, resuelto a través de identificaciones siempre temporales, en este caso referidas a prácticas, decisiones, transformaciones y compromisos sociales en un entorno con unos bienes ecosistémicos articulares que deben ser conservados.

### **7.3 Dimensión 3: Variables para medir la dimensión de participación en actividades de ocio**

Como se ha mencionado en el apartado anterior, el contraste entre el modelo propuesto en el capítulo 3 con la información de campo, dio como resultado las siguientes cuatro variables para la dimensión de la participación de las actividades de ocio: las actividades artístico-culturales, las prácticas mítico-religiosas, las prácticas productivas y las prácticas ambientales.

Estas variables permiten contrastar, con la investigación recogida en campo, el concepto elaborado por Ashmore (2004) de comportamiento conductual; en tanto, a través de ellas, se

logró medir el grado en que los habitantes del municipio de Salento se vinculan en acciones que directamente implican en su identidad colectiva. Así pues, se advirtió que, en relación a la **participación en actividades artístico-culturales**, la población del municipio debido al turismo, modificó prácticas que configuraban su identidad colectiva, tales como las reuniones en la plaza o el encuentro con los vecinos. La población joven, principalmente, ya no participa de los hábitos y costumbres que otrora constituían la identidad colectiva de los salentinos. Los cambios en la alimentación, en las elecciones musicales, en las formas de vestir y en la utilización del lenguaje, transforman la identidad cultural y reconfiguran referentes que se asemejan a la cultura de los turistas. Sin embargo, aunque son innegables los impactos del turismo en esta variable, los cambios en la participación de actividades artístico culturales, también son ocasionados por las mutaciones propias de toda identidad cultural y las necesidades de adaptabilidad que todo grupo social presenta en la relación con otros culturalmente diferentes.

Las modificaciones citadas también han implicado en **la participación de las prácticas mítico-religiosas** de los pobladores salentinos. En las entrevistas de investigación se referenció el abandono de ceremonias y hábitos religiosos que, en tiempos anteriores, eran un referente identitario de suma importancia.

Pero el mayor impacto referenciado en la dimensión de la participación, fue en las **prácticas productivas**. Como se mencionó en capítulos anteriores, esta variable constituye uno de los pilares básicos para la reproducción de la vida social y cultural, por ende, para la identidad colectiva. El turismo al tomar el lugar de la principal actividad económica, principalmente de los pobladores del casco urbano, impactó en las prácticas productivas que configuraban la identidad social de Salento. Así, la pérdida de la vocación agrícola modificó, relegó y en algunos casos, eliminó, las construcciones identitarias que constituyen el ser campesino salentino. Los desplazamientos de los habitantes originarios, causados por la llegada del turismo, desplazaron también hábitos, símbolos, representaciones y prácticas culturales, relacionadas principalmente con un mundo rural.

La variable que en menor medida fue afectada en relación a esta dimensión de la participación, es la que compete a las **prácticas ambientales**. Antes bien, la presencia del turismo en relación a la vivencia del ocio de los habitantes de Salento, según los hallazgos de la investigación en campo, posibilita una mayor participación en espacios de esparcimiento en contextos de naturaleza, como las visitas a los ríos o las caminatas por las montañas. Esto se encuentra relacionado con la oferta de “turismo de naturaleza” que posee el municipio y que involucra el desarrollo de actividades de guianza en espacios naturales como el Valle de Cocora. Los intereses en la participación de las prácticas ambientales para el goce y disfrute, no solo se relacionan con la importancia de la conservación por su posibilidad de usufructo económico, sino por la exaltación del valor ecosistémico que el turismo da al territorio y que el habitante originario advierte.

<b>D3. PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES DE OCIO E IDENTIDAD SOCIAL A TRAVÉS DE LAS EXPERIENCIAS DE OCIO Y TURISMO EN ESPACIOS CULTURALES NAURALES</b>		
<b>CATEGORÍAS</b>	<b>VARIABLES</b>	
	<b>TEORÍA FORMAL ACTIVIDADES OCIO</b>	<b>TEORÍA FUNDAMENTADA</b>
<b>Actividades realizadas</b>	Prácticas productivas (turismo rural)	Actividades artístico – culturales y deportivas
		Prácticas mítico religiosas
		Prácticas ambientales
<b>Oferta de ocio</b>		Espacios de encuentro
		Nuevas dinámicas culturales

Tabla 20. Participación en actividades de ocio e identidad social a través de las experiencias de ocio y turismo.

Fuente. Elaboración propia

#### 7.4 Dimensión 4: Variables para medir los beneficios del ocio en la generación de la identidad colectiva

El término beneficio del ocio puede ser considerado tal y como apunta Monteagudo (2004:65) como:

- a) Mejora de una condición o situación de una persona, grupo o entidad en el marco de un ocio generativo o proactivo.
- b) Prevención de una condición no deseada y/o mantenimiento de una condición deseada en el marco de un ocio preventivo o sostenido.
- c) Consecución de una experiencia psicológica satisfactoria en el marco de un ocio ajustado.

En el análisis del modelo beneficios del ocio para la construcción de la identidad colectiva, y apoyándonos en los planteamientos de Dumazedier 1960; Cohen 1991, Tinsley, 2004 Cuenca, 2009; Cuenca y Goytia, 2012 que el aporte de cada una de estas variables se puede expresar así:

Satisfacción vital: Cuenca (2010) considera que el ocio es beneficioso para la salud en la medida que se convierta en paliativo y amortiguador de procesos vitales estresantes. Por las características y condiciones que ha ofrecido Salento a sus pobladores, el paisaje natural y cultural que lo circunda reúne todos los elementos para que sus habitantes encuentren en este entorno las condiciones y los elementos necesarios para llevar a cabo las actividades de ocio necesarias para alcanzar la satisfacción vital de sus residentes.

Salud mental y física : Tinsley y Tinsley (1986) pueden considerarse los pioneros en el estudio de los beneficios del ocio sobre la salud y la calidad de vida de los individuos. Los autores defienden que el ocio es beneficioso tanto para la salud física como para la salud mental porque contribuye decisivamente a la calidad de vida de los individuos y grupos.

Satisfacción económica: En la Carta sobre la Educación del Ocio (1994 ) El ocio es un recurso importante para el desarrollo personal, social y económico y es un aspecto de la calidad de vida. El ocio es también una industria cultural que crea empleo, bienes y servicios. Los factores políticos, económicos, sociales, culturales y medio ambientales aumentan o dificultan el ocio.

Autotelismo: Es el verdadero ocio, como lo plantea (Cuenca, 2009), una experiencia vital, un ámbito de desarrollo humano que, partiendo de una determinada actitud ante el objeto de la acción, se compone de tres pilares esenciales: percepción de elección libre, lúdica y gratificante.

Exotelismo: (San Salvador del Valle 2000). Entiende el ocio como medio, es decir, con una finalidad. Las principales dimensiones son: productiva, consuntiva, preventiva, terapéutica, alienante, ausente y nociva.

Valor final: El valor final de la experiencia de ocio se da cuando la persona percibe el desafío y cree que es capaz de hacerlo. El interés de la experiencia de ocio no está tanto en el tipo de actividad, sino en los desafíos que proporciona a la persona y en el disfrute de su realización. La persona es quien determina si una experiencia es gratificante, óptima, o por el contrario, aburrida, lo cual varía en función de la persona que la experimenta. En la experiencia de ocio maduro se establece un diálogo entre lo que quiero hacer y las posibilidades reales que dispongo para llevarlo a cabo.

Crecimiento personal: (Cuenca, 1997) el ocio redonda en el crecimiento personal, grupal y social, destacando su papel como factor de equiparación e igualdad social. Las dimensiones del ocio brindan la oportunidad de situar la experiencia de ocio desde un punto de vista conceptual y genérico.

En el caso que nos ocupa y como lo han expresado algunos entrevistados, para la población de Salento, los beneficios del ocio que se disfrutaban en este territorio los reciben los visitantes y muy poco los residentes o nativos del municipio, porque éstos últimos emplean la mayor parte de su tiempo como prestadores de servicios turísticos o como empleados de las empresas que

funcionan en Salento, o porque la afluencia de visitantes es tan grande que los residentes prefieren no salir de sus casas por las dificultades de desplazamiento que se suceden con motivo de la alta afluencia de visitantes.

<b>D4. BENEFICIOS DE OCIO E IDENTIDAD SOCIAL A TRAVÉS DE LAS EXPERIENCIAS DE OCIO Y TURISMO EN ESPACIOS CULTURALES NAURALES</b>		
<b>CATEGORÍAS</b>	<b>VARIABLES</b>	
	<b>TEORÍA FORMAL BENEFICIOS OCIO</b>	<b>TEORÍA FUNDAMENTADA</b>
<b>Historia y cultura</b>	Preservación y rehabilitación de monumentos, edificios, lugares históricos.	Historia y arte
	Creación de sitios de interés cultural.	Intercambio cultural
	Revitalización de formas de arte tradicional: música, literatura, teatro, danza.	
<b>Tradiciones y costumbres</b>	Revitalización de las tradiciones locales: artesanías, festivales, folclor, gastronomía etc.	
	Revitalización de lenguas minoritarias.	
	Mercantilización extrema de lo autóctono	
<b>Creencias, valores y normas</b>	Intercambio cultural entre turistas, visitantes y residentes.	
	Cambio en valores sociales y creencias religiosas.	Tradiciones y costumbres
	Cambios en la estructura económica y roles sociales.	Satisfacción económica
	Aumento de problemas sociales: crimen, prostitución, etc.	

Tabla 21. Análisis comparativo de variables para medir dimensión beneficios de ocio e identidad social a través de las experiencias de ocio en espacios culturales naturales

Fuente: Elaboración propia

## **Capítulo V. Conclusiones y líneas de futuro**

## 1. Introducción

Para plantear las conclusiones de esta tesis, se hace necesario retomar los objetivos y contrastarlo con los resultados obtenidos: el objetivo general propuso Diseñar un modelo para analizar el potencial de la vivencia de ocio en espacios naturales y culturales, en la construcción social del sujeto (identidad colectiva y sentido de comunidad).

Se puede afirmar que esta tesis ha cumplido con el objetivo general. Analizados en profundidad, los diferentes componentes del objetivo se puede concluir que se logró el diseño teórico de un modelo que permite analizar en espacios naturales y culturales las vivencias de ocio que intervienen en la construcción social de los pobladores de un lugar y determinar los mecanismos sociales y culturales que le han permitido a estos pobladores construir el sentido de colectividad.

Esta tesis también permitió la generación de nuevo conocimiento en relación con los mecanismos sociales de construcción de identidad – otra en los residentes de Salento, derivada del cambio en la relación de los salentinos con el entorno, el paisaje natural de Salento ya no es el lugar donde sus moradores desarrollan sus actividades agrícolas de las cuales derivaban sus sostenibilidad alimentaria e ingresos económicos la venta de excedentes de producción o por el producto de sus cosechas.

Salento tampoco es el lugar de descanso y recreación para los nativos; este pueblo se convirtió en el espacio de ocio para los miles de visitantes que arriban o deambulan por este territorio en la búsqueda de experiencias placenteras, que reciben atención de los prestadores de servicios turísticos sean locales o foráneos y se maravillan con su arquitectura, sus montañas y el calor humano de sus residentes.

Las respuesta a las preguntas: *¿Cómo la actividad turística ha transformado la identidad cultural y la vivencia del ocio de los pobladores locales del paisaje natural cultural de Salento-Quindío,* y la segunda: *¿Qué modelo analítico permite entender el impacto del turismo en las*

*interrelaciones entre el entorno, el ocio y la identidad cultural, en un paisaje natural cultural?*, se desarrollan en el apartado 6 del capítulo 4, a partir del cual se concluye que la identidad cultural de los pobladores de Salento, se transforma hacia una identidad-otra, que tiene unos valores y referentes sociales distintos, influenciados por las vivencias de los turistas.

Respecto al modelo para establecer las variables, se hizo un análisis en el mismo capítulo 4, que presenta las interrelaciones entre las categorías emergentes y las variables resultantes de los hallazgos en el trabajo de campo y que arrojó los siguientes elementos: análisis de la capacidad de carga para planear la oferta, el aprovechamiento del transporte masivo, históricamente utilizado en las zonas de colonización antioqueña (jeep willys); el manejo del turismo por los pobladores locales y la inclusión de los elementos históricos en la oferta turística. Se debe hacer énfasis en la recuperación de los espacios para la vivencia de ocio de los pobladores locales y encontrar estrategias para que los salentinos que han emigrado, retornen a sus raíces.

## **1. Conclusiones**

El desarrollo de los objetivos específicos permitió:

1. Comprender por qué las experiencias de ocio en espacios culturales fortalecen, amplían y modifican la construcción social del sujeto y cómo a partir del reconocimiento de Salento como el destino turístico más importante del Quindío, la construcción de la identidad y del sentido de comunidad en los salentinos se ha modificado, ya no disponen ni comparten los que fueron sus lugares de ocio: el río, la manga, el paseo de olla o las caminatas de los domingos.

2. A partir del análisis de la teoría formal expresada en las categorías, dimensiones y variables seleccionadas fue posible explicar el papel del ocio y el turismo en la transformación de la identidad colectiva mediante el diseño de un modelo susceptible de aplicarse en paisajes naturales y culturales para comprender y explicar los significados que un espacio natural puede generar en la identidad colectiva y en el sentido de comunidad.

Más que conclusiones definitivas, los resultados aquí presentados corresponden al inicio de un proceso particular de apropiación de las posibilidades de ocio en paisajes naturales y culturales, que se sustentan en los capítulos I, II y III de esta tesis.

Con relación a la validez de la herramienta seleccionada, se puede afirmar que la entrevista semiestructurada en profundidad favorece la comprensión de los mecanismos sociales a través de los cuales los pobladores de Salento definen y construyen su identidad colectiva y social.

## **2.1. Análisis de las hipótesis**

A partir del diseño y la aplicación del modelo que hemos titulado, “Modelo de análisis de la identidad social a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios culturales naturales”, encontramos que en el paisaje cultural natural del municipio de Salento Quindío, la identidad de los pobladores (dimensión 1) se ha configurado a partir de la relación con su entorno natural (dimensión 2). Las condiciones ecosistémicas de un territorio de montaña, caracterizado por Ecosistema de páramo, Zona de Amortiguamiento del Parque Nacional Natural Los Nevados, Palma de Cera (árbol nacional), Paisaje de montaña y la Formación geológica (con sus fuentes hídricas, por ejemplo), son la base para el establecimiento de las relaciones sociales en las que la vivencia del ocio se prioriza en la experiencia, ya sea contemplativa o práctica: La visitas al río, las caminatas por la montaña, los juegos de fútbol, entre otros.

Ahora bien, con la llegada del turismo, el paisaje cultural de Salento ya no funge como lugar que posibilite la experiencia del ocio para sus pobladores. El ocio propio, posibilitador de la identidad, se traslada al ocio de otros, los turistas. Y si bien, existe una valoración del paisaje natural, que antes de la llegada del turismo no estaba presente, por las condiciones particulares del modelo de turismo actualmente existente, los pobladores han visto menoscabadas sus vivencias de ocio. El desplazamiento de una gran parte de la población salentina hacia otros municipios, el deterioro del ecosistema, los impedimentos para la movilización por el territorio, la transformación de los valores propios, y en sí, el desarraigo, son factores que impiden que *la*

*relación del hombre con la naturaleza y la idea que se posea del paisaje, tenga un potencial efecto beneficiosos para las comunidades locales (primera hipótesis).*

En consecuencia, dado que, *la puesta en valor turístico de los paisajes culturales y naturales, conlleva un cambio en la concepción de los mismos en cuanto que se definen como espacios de ocio* (segunda Hipótesis), en el caso de estudio analizado, este no repercute en beneficios de ocio para los pobladores locales.

Con la llegada del turismo, en el municipio de Salento, la identidad cambia y se transforma, repercutiendo en una pérdida de la identidad social colectiva propia vinculada a un paisaje natural cultural. Por ende, refutamos también la tercera hipótesis: *Los destinos turísticos en espacios culturales naturales se convierten en espacios de ocio en los que se modifican los estilos de vida y se generan nuevos estilos de ocio entre los residentes que refuerzan la identidad y el sentido de comunidad de la población local.* La relación de los salentinos con los turistas, modificó sus estilos de vida al existir un intercambio cultural, pero estos no precisamente refuerzan su identidad, pues generan otros patrones culturales de referencia.

Por ende, se advierte la necesidad de construir nuevos modelos turísticos en Salento, en los que los pobladores locales no vean afectado su entorno natural, y donde la experiencia simbólica que puedan tener sobre el entorno natural, los conduzca a vivencias de ocio para ellos y no solo para los turistas, como se ha planeado en el apartado seis del capítulo cuatro.

### **3. Limitaciones de la tesis**

En el desarrollo de esta tesis se encontraron limitaciones conceptuales y metodológicas derivadas del nivel de apropiación teórico – conceptual de la tesista; por la subjetividad subyacente en los modelos cualitativos, que pueden presentar aspectos a corregir, modificar, ajustar o complementar y por el poco contacto con el territorio antes de la tesis.

Los enfoques cualitativos permiten un manejo generoso de la información, por su profundidad, diversidad y extensión, finalmente dificultan la formulación e inferencia de resultados para su aplicación en otros contextos.

Otro factor que se constituyó en una limitante para la tesista, es el hecho de ser oriunda y residente de otro departamento y municipio de Colombia. Su contacto con Salento antes de la tesis se circunscribe a la mirada que un visitante tiene sobre este territorio.

#### 4. líneas de futuro

“Sin un Patrimonio Cultural, tangible e intangible,  
no habrá turismo, por cuanto éste se encuentra  
intrínsecamente unido al Patrimonio de la Humanidad.  
El futuro de cada uno de nosotros depende del otro.”  
UNESCO - Memorias del futuro- 2003

Los resultados de esta tesis se constituyen en un aporte invaluable al conocimiento especializado para el diseño de modelos de análisis de la identidad social a través de las experiencias de ocio y turismo en espacios culturales. Consecuente con el limitado abordaje de este estudio, para un territorio ávido de propuestas alternativas para atender la creciente demanda turística y sus efectos en entornos naturales como el estudiado se sugieren algunas líneas de investigación de interés para desarrollos futuros.

- Aplicar el modelo resultado de esta tesis, en otros paisajes naturales, nacionales e internacionales que permita determinar beneficios del ocio en las comunidades locales.
- Pensar los espacios de ocio natural desde un enfoque sostenible que mitigue los impactos del turismo desbordado.
- Proponer modelos de ocio y turismo para un turista responsable con el entorno.
- Desde el ocio proponer modelos endógenos de oferta turística.

## Referencias

Abbott-Chapman, J. y Robertson, M. (2001). Youth, leisure and home: space, place and identity, *Loisir et société / Society and Leisure*, 24 (2), p. 485-506

Abdelal, R.; Herrera, Y.M.; Johnson, A.I. y McDermott, R. (2006). Identity as a variable. *People*, 4 (4), Harvard Business School

Alcaldía de Salento (s.f.). *Sitio web del municipio de Salento en el Quindío*. Recuperado de:  
<http://www.salento-quindio.gov.co/>

Ander-Egg, E. (1992) Desarrollo y política cultural. Circus. Bs.As.

Arévalo, J. M. (2010). El patrimonio como representación colectiva. La intangibilidad de los bienes culturales. *Gazeta de Antropología*, 26(1), 14 p.

Arfuch, L. (Comp.). (2002). *Identidades, sujetos y subjetividades*, Buenos Aires: Prometeo Libros.

Ashmore, Deaux, y McLaughlin-Volpe (2004). An Organizing Framework for Collective Identity: Articulation and Significance of Multidimensionality. *Psychological Bulletin*, Vol. 130(1), pp. 80–114

Ayuso, S. y Fullana, P. (2002). Desarrollo Sostenible. Rubes Editorial.

Bartolucci, C. y Álvarez, M. (2011). Identidad, Cultura y Turismo. En: *Cultura y Turismo. Factores de desarrollo económico y Social*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. pp. 263-326. Recuperado de:  
<https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/04/137-cultura-y-turismo-factores-del-desarrollo-economico-y-social.pdf>

Benavides, G. F. y Venegas, S. P. (2013). Una Aproximación a la Competitividad, las Tendencias y la Política Pública en el Turismo Colombiano. *Revista de Análisis Turístico*, N°16, pp. 1-12. Universidad Jorge Tadeo Lozano. Bogotá.

- Biurrun, A. M. y Rubio, I (2015). *El legado de la crisis: respuestas desde el ámbito del ocio. Universidad de Deusto*. Bilbao España. Pag. 112
- Blanco, C. (1994). Inmigración e identidad colectiva. Reflexión sobre identidad en el País Vasco. *Papers 43*, pp. 41-61.
- Cámara de comercio de Armenia y del Quindío (2015). *Comportamiento de la temporada diciembre 2014 – enero 2015. Versión No. 31 del Observatorio Turístico del Quindío*. Recuperado de: [http://camaraarmenia.org.co/files/Observatorio\\_Turismo\\_Diciembre\\_2014\\_Enero\\_2015\(1\).pdf](http://camaraarmenia.org.co/files/Observatorio_Turismo_Diciembre_2014_Enero_2015(1).pdf)
- Campodónico, R. y Chalar, L. (2013) El turismo como construcción social: un enfoque epistemológico, *Anuario Turismo y Sociedad*, vol. XIV, pp. 47-63
- Canto, J. y Morán, F. (2005). El sí mismo de la teoría de la identidad social. *Escritos de Psicología. Universidad de Málaga*. 7, pp. 59-70.
- Carbonel, C. M. (2013). Heterotopías patrimoniales, rizomas turísticos y agenciamientos socioculturales en las relaciones entre paisaje y desarrollo territorial. *Revista geográfica del Sur. Publicación Bianual del departamento de geografía. FAUG de la Universidad de Concepción. Vol 4(5)*, pp. 11- 28
- Carvalho, K. D. y Netto, M. L. (2010). Memoria e identidad en la feria de Praia Grande (Brasil) Potencial para el turismo cultural. *Estudios y perspectivas en Turismo. Vol. 19*, pp 866-887
- Castells, Manuel (1999) *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura: La sociedad Red*, México, Siglo XXI.
- Castoriadis, Cornelius (1998). *Hecho y por hacer. Pensar la imaginación*. Eudeba, Buenos Aires.

- Cejudo, R. (2014). Sobre el valor de Patrimonio Cultural Inmaterial: una propuesta desde la ética del consumo. *Revista: Dilemata, Año 6 N°. 14*, pp. 189-209
- Centro Grancolombiano del Paisaje Cultural Cafetero (s.f.). Salento. Recuperado de: <http://www.cgppcc.edu.co/assets/salento.pdf>
- Comité de Cafeteros de Caldas (s.f.). *Paisaje cultural cafetero, patrimonio mundial*. Recuperado de: [https://caldas.federaciondecafeteros.org/sala\\_de\\_prensa/paisaje\\_cultural\\_cafetero\\_patrimonio\\_mundial2/](https://caldas.federaciondecafeteros.org/sala_de_prensa/paisaje_cultural_cafetero_patrimonio_mundial2/)
- Coriolano, L. N. y Ciose, C. A. (2013). Territorios solidarios de América Latina y turismo comunitario en rebote a los mega emprendimientos transnacional. *Revista Iberoamericana de turismo –RITUR, Penedo, vol. 3 N°. 1*, pp. 4-15.
- Cova, M. (2014). Valorización patrimonial para el desarrollo de una oferta turística en ciudad Bolívar. *Revista Espacios. Vol. 35(1-Especial)*, pp. 5. Universidad Nacional Experimental de Guayana (UNEG)
- Cruz R, F. M. (2011). *Identidad territorial y el turismo vivencial. Investigaciones Sociales*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos Vol. 15 N°. 27, pp. 105-119 Lima, Perú.
- Cuenca, M. y Goytia, A. (2012). Ocio experiencial: antecedentes y características. *Arbor, Vol 188(754)*, pp. 265-281.
- Cuenca, M. (2004). *Pedagogía del ocio: Modelos y propuestas*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Cuenca, M. (2009). *Ocio humanista. Dimensiones y manifestaciones actuales del ocio*. Bilbao : Universidad de Deusto. Instituto de estudios de ocio.

- Cuenca, M. (2010). *La apropiación espacial del ocio, una mirada desde el siglo XXI*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- De la Torre, R. (2002). Crisis o revaloración de la identidad en la sociedad contemporánea. *Revista Nómadas, No 16*, pp. 76-85
- De Uña, E. (2011). Configuraciones de identidad en territorios del turismo. Condiciones generales en Galicia. Universidad de Murcia. *Cuadernos de Turismo, N° 27*. Pag. 259-272.
- Desantes, M, (2013). Hacia una visión holística del patrimonio cultural. *Revista sobre Patrimonio cultural: Regulación, propiedad intelectual e industrial. Universidad de Alicante N° 3*
- Duis, U. (2011). Caminos e historias de la tierra cafetera- La unión entre territorio, paisaje cultural y su gente como producto experiencial del turismo cultural. *Anuario turismo y sociedad. Vol XI,* 83-109.
- Duis, U., y Saldarriaga, C. (2011). *Re-ordenar el paisaje cultural cafetero- un modelo para el desarrollo rural integral desde los valores productivos, sociales, culturales y ambientales del territorio*. Pereira, Risaralda, Colombia.
- Edginton, C.R.; World Leisure Organization y Chen, P. (2008). *Leisure as Transformation*. Illinois. Sagamore Publishing, L.L.C.
- FAO (2003). Recuperado de <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/005/y4307S/y4307S00.pdf>
- Fernández Poncela, A.M., (2014). Percepciones infantiles de Huasca (México): Identidad y turismo, *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 10, 73-101
- Fonte, M. y Ranaboldo, C. (2008). Desarrollo rural, territorios e identidades culturales. Perspectivas desde América Latina y la Unión Europea. *Revista Opera, N° 7*, p.p. 9-31

- Gammon, S., y Elkington, S. (2015). *Landscapes of Leisure. Space, Place and Identities*. Gran Bretaña, Palgrave Macmillan
- Garay, D. J., Mojica, D. J. y Cubillos, J. E. (2014). *Tesis de grado. Planeación estratégica para el desarrollo del Turismo de la ciudad de Villavicencio*. Universidad de la Sabana. Bogotá 2014.
- Giménez, Gilberto (1999). Estudios sobre las Culturas Contemporánea. *Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, México*. Época II. Vol. V. NO. 9, Colima, junio 1999).
- Gómez, V. (2015). Turismo del paisaje y paisaje del turismo: transformaciones en la vereda Boquía, Salento (Quindío, Colombia). *Revista de Antropología y Sociología: VIRAJES*, 17 (2), 183-208.
- Goytia, A. (2012). Dimensión ambiental-ecológica. *Unidad: dimensión ambiental-ecológica*: Bilbao.
- Green, B.C. y Jones, I. (2005). Serious leisure, social identity and sport tourism, *Sport in Society*, 8 (2), 164-181
- Guerrero Rodríguez, R. (2015). La construcción de una identidad cultural y el desarrollo del turismo en México, *Pasos*, 13 (5), 1019-1036.
- Guzmán y García (2010). *Fundamentos teóricos para una gestión turística del patrimonio cultural desde la perspectiva de la autenticidad*. Edición electrónica en [www.eumed.net/libros/2010f/854/](http://www.eumed.net/libros/2010f/854/)
- Hernández, J. y Rotma, M. (2010) *Patrimonio y cultura en América Latina: Nuevas vinculaciones con el estado, el mercado y el turismo y sus perspectivas actuales*. Universidad de Guadalajara. México.

- Herrera, M. C., Pinilla, A. y Suaza, L. M. (2003). *La identidad nacional en los textos de ciencias sociales*. Colombia 1900-1950. Universidad pedagógica Nacional.
- Higham, J. y Hinch, T. (2008). *Sport and Tourism: Globalization, Mobility and Identity*. Oxford, Elsevier.
- Ignacio, G. P. (2009). Nuevos territorios y nuevos desarrollos en las áreas rurales. Conservación, patrimonio, biodiversidad, paisaje. *Observatorio Medioambiental*. Vol. 9, pp. 9-14.
- Íñiguez, Lupicinio (2001). Identidad: De lo Personal a lo Social. Un Recorrido Conceptual. En Eduardo Crespo (Ed.), *La constitución social de la subjetividad* . (p. 209-225). Madrid: Catarata
- Iribarne, J. V. (2009). Preservación de sí mismo. La paradoja del centramiento descentrado. *Acta Fenomenológica Latinoamericana*. Vol. III. Lima: Pontificia Universidad Católica de Perú; Morelia (México), Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. pp. 55-66
- Iso-Ahola, S. (1980). *The social psychology of leusire and recreation*. Dubuque: w.c Brown.
- Jaramillo, L. G. y Aguirre, J.C. (2010). La metáfora del no-lugar. *Revista Luna Azul*, 31, 75-86.  
Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=321727233007>
- Kravets, I. y de Camargo, P. (2008). La importancia del turismo cultural en la construcción de identidad nacional. *Cultura. Revista de Cultura e Turismo*, año 02, No. 2. Programa de Mestrado en Cultura e Turismo da Univesidade Estdual de Santa Cruz.
- Lazkano, I., Doistua, J., Lázaro, Y., y Madariaga, A. (2012). *La experiencia de ocio como factor de desarrollo humano en el colectivo de personas con discapacidad*. VIII Jornadas científicas internacionales de investigación sobre discapacidad. Salamanca, España.

Ley 45 de 1983. Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural...el artículo 4° de la Ley 397 de 1997, modificado por el artículo 1° de la Ley 1185 de 2008, definió la integración del Patrimonio Cultural de la Nación

Mapamundi, Mapas del Mundo, Mapas Satelitales (s.f.). *Paisaje Cultural Cafetero*. Recuperado de:

[http://www.vmapas.com/America/Colombia/Mapa\\_Politico\\_Colombia\\_2001\\_CIA.jpg/maps-es.html](http://www.vmapas.com/America/Colombia/Mapa_Politico_Colombia_2001_CIA.jpg/maps-es.html); <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/a/a2/Paisaje-Cafetero-Colombiano.png>

Max-Neef, M., Elisalde, A. y Hopenhayn, M. (1986). Desarrollo a escala humana. Opciones para el futuro. Santiago de Chile: Biblioteca CF+S, <http://habitat.aq.upm.es>

Mendoza, M.M., Monterrubio, J. C. y Fernández, M.J. (2011). Impactos sociales del turismo en el Centro Integralmente Planeado (CIP) Bahías de Huatulco, México. *Gestión Turística* N°. 15. Enero - Junio 2011. Pag. 47-73

Ministerio de ambiente, vivienda y desarrollo territorial (2006). *Brújula, bastón y lámpara para trasegar los caminos de la educación ambiental*. Bogotá.

Ministerio de Cultura (2013). *Política para la protección del Patrimonio Cultural Mueble*. Bogotá.

Ministerio de Educación (2013). *Patrimonio Cultural y Memoria Colectiva*. Gobierno de la provincia de Córdoba.

Monteagudo, M. J. (2008). Consecuciones satisfactorias de las experiencias psicológicas de ocio. *Revista Mal-estar e Subjetividade*, 307-325.

Montes, C. y Sala, O. (2007). La Evaluación de los Ecosistemas del Milenio. Las relaciones entre el funcionamiento de los ecosistemas y el bienestar humano. *Ecosistemas* 16 (3), pp. 137-147. Recuperado de: <http://www.revistaecosistemas.net/articulo.asp?Id=512>

- Morais, L. L., de Sena Junior, O. B. y Fernández, L. V. (2014). La ventaja competitiva a través del turismo cultural. *Revista Estudios y Perspectivas del Turismo*. Brasil. Volumen 23. pp. 131-155.
- Moya, M. (2011). *Cultura y Turismo Factores de desarrollo económico y Social. (Cultura e Identidad: los nuevos sentidos de las fiestas (tradicionales) en el mundo contemporáneo)*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- Murcia, N. y Jaramillo, L. G. (2008). *Investigación cualitativa "la complementariedad"*. Armenia: Kinesis.
- Naciones Unidas (2011). *Informe sobre desarrollo humano 2011. Soarenibilidad y equidad: un mejor futuro para todos*. Naciones Unidas.
- Nutbeam, 1986 en Zaragoza, 2007; Setién, 1993 (Paisaje cultural Cafetero. cultura-cafetera. Blogspot.com/27 de enero de 2016)
- Ogden, D-C. y Hill, M.L. (2003). Collective Identity and Basketball: An Explanation for the Decreasing Number of African-Americans on America's Baseball Diamonds, *Journal of Leisure Research*; Second Quarter, 35 (2)
- Oldenburg, R. (1999). *The great good place: Cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community* (3rd ed.). New York: Marlowe & Company.
- Orduna Allegrini, M. G. (2012). Identidad e identidades: Potencialidades para la cohesión social y territorial. *Colección de Estudios sobre Políticas Públicas Locales y Regionales de Cohesión Social. URB-AL III*, 2012, Diputación de Barcelona.
- Pagán, E. A. (2013). *Fundamentos para la gestión del Patrimonio cultural*. Ponencia de la Jornada Turismo cultural y desarrollo local. Bases para un plan de actuación. Universitat

de Valencia -Ayuntamiento de Canals: 12 de noviembre de 2013. Lugar: Casa de la Cultura “Ca Don José” (Canals). Pp187- 210

Panche, D. M. y Bermúdez, S. (2012) La Cultura Material Cafetera. *Grañas disciplinares de la UCP*, N°19, 7-12.

Páramo, P. (2008). La construcción Psicosocial de la identidad y del self. *Revista Latinoamericana de Psicología*, volumen 40', N°. 3, pp. 539-550

Perdomo, G., Arias, J. E. y Lozada, N. (2013) Análisis de las políticas públicas de desarrollo empresarial e innovación desde la perspectiva de la nueva gestión pública y la gobernanza: caso Barcelona activa- incubadora de empresas. *Revista perfil de Coyuntura Económica* N°. 21, junio 2013, pp. 173-179. Universidad de Antioquia.

Pichastor, R. P., y Nieto, S. A. (2007). Evolución conceptual de la Identidad social. El retorno de los procesos emocionales. *Revista el Retorno de los procesos emocionales*, 10(26).

Romero, E. (2010). Patrimonio versus turismo: nuevo yacimiento de creación de empleo en el Andévalo. Huelva. España. *Gestión turística* N°. 14, julio-diciembre. Pp 97-120.

Ruiz, J.A. (1997). El turismo cultural: Luces y sombras. *Estudios turísticos. N°. 134*, 43-54.

Salgado-Negret, B. (ed). 2015. La ecología funcional como aproximación al estudio, manejo y conservación de la biodiversidad: protocolos y aplicaciones. Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humboldt. Bogotá, D. C. Colombia. 236 pp.

Salge, M. (2014). El concepto de patrimonio cultural inmaterial. *Baukara 5 Bitácoras de antropología e historia de la antropología en América Latina*. Bogotá, mayo 2014, 134 pp, ISSN 2256-3350, p.6-25 Pag. 18

Sanz, H. (2012) Paisaje y Patrimonio Natural y Cultural: Historia y Retos actuales. *Revista Nimbus*. N°. 29-30. 2012. 687-700.

- Scandroglio, B., López, J. S. y San José Sebastián, M. C. (2008). La teoría de la Identidad Social: una síntesis crítica de sus fundamentos, evidencias y controversias. *Revista Psicothema*. Vol. 20 N°. 1. 80-89
- Schoorl (2005). *Cultural Diversity and Heritage*. Museum International. United Nations Educational, Scientific and cultural Organization 227.
- Sentana, C. (2007) Patrimonio cultural material. Una mirada desde el universo educativo. *Diálogos pedagógicos*. Año V. N°. 10 pp. 20-35.
- Serrano, (2012). Montañas, paisaje y patrimonio. *Revista Nimbus*. N°. 29-30, pp. 701 – 718
- Sue, R. (1980). *El ocio*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Szajnberg D., Fernández Cittadini, R., Roitman, A., Sánchez, M. (2013). *El rol del patrimonio cultural en los planes estratégicos de desarrollo urbano y turismo. Una experiencia reciente en el Municipio entrerriano de Colón*. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad de Buenos Aires. X Jornadas de Sociología de la UBA. 20 años de pensar y repensar la sociología Nuevos desafíos académicos, científicos y políticos para el siglo XXI 1 a 6 de Julio de 2013
- Tajfel, H., (1981). *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. Cambridge Univ. Press, Cam-bridge..
- Taylor, C. (1992). Sources of the Self: The Making of the Modern Identity" Fuentes del yo: la construcción de la identidad moderna, o "La ética de la autenticidad" The Malaise of Modernity.
- UNESCO (1992). Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural. 16 p. Recuperado de: <http://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf>

- UNESCO (2005). Directrices Prácticas para la aplicación de la Convención del Patrimonio Mundial. 183 p. Recuperado de: <http://whc.unesco.org/archive/opguide05-es.pdf>
- Uña Álvarez, E. y Villarino Pérez, M. (2011). Configuraciones de identidad en territorios del turismo. condiciones generales en Galicia, *Cuadernos de Turismo*, 27, pp. 259-272
- Urry, J. (1994). Time, Leisure and Social Identity, *Time & Society*, 3 (2)
- Vallejo, M. (2003). La identidad cultural, el turismo y la recreación. (Monografía de Graduación). Universidad Nacional Mar de Plata. Mar de Plata, Argentina. Recuperado de: [http://nulan.mdp.edu.ar/1135/1/vallejo\\_m.pdf](http://nulan.mdp.edu.ar/1135/1/vallejo_m.pdf)
- Villaseñor I, (2011). El valor intrínseco del patrimonio cultural: ¿una noción aún vigente? *Revista Intervención*, Año 2, Núm. 3, pp. 10
- Williams, D.R. (2002). Leisure Identities, Globalization, and the Politics of Place, *Journal of Leisure Research*, 34 (4), 351-3617
- Zapiain, M. T. (2011). Reflexiones identitarias en el territorio contemporáneo. La construcción colectiva de lugar. Caso de estudio de la Vega de Granada. En Cuadernos Geográficos. Departamento de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física. Vol. 48(1), pp. 79-108
- Zúñiga, F. (2014). Nuevos usos del Patrimonio arqueológico de el Tajín, a través de los procesos de Turistificación, Mercantilización y Espectacularización. *Anales de Antropología*. Volumen 48-II. Julio 2014. Universidad Autónoma de México.

**Anexos**

## Anexo 1. Encuesta de población del Municipio de Salento. Nativos y residentes.

ORIGEN	1. Usted es:		a. Nativo		b. Residente		
	2. Si es nativo: ¿Cuántas generaciones de su familia son nativas de Salento?						
	a. Ud. es la 1°		b. Segunda		c. Tercera		d. 4 ó más
	2a. ¿Hace cuánto reside en el municipio de Salento?						
	a. 1 a 5 años		b. 5 a 10 años		c. 10 a 20		d. Más de 20
	2b. ¿Por qué se radicó en Salento?						
a. Trabajo		b. Calidad de vida.		c. Otro		d. ¿Cuál?	
TERRITORIO	3. ¿Desempeña alguna actividad agropecuaria?		a. Si. Cuál?		b. No		
	4. ¿Considera Salento un municipio de vocación cafetera?			a. Si		b. No	
	4a. ¿Por qué?						
	5. Nota cambios en la arquitectura tradicional de Salento en los últimos años?				a. Si		b. No
	5a. ¿Cuál?						
	6. ¿Ha comido papa salentina?		a. Si		b. No		c. No la conoce
	7. ¿De acuerdo con sus vivencias, cuáles elementos de la identidad cultural salentina son considerados atractivos turísticos por los visitantes?						
	a. El paisaje		b. Su población		c. Arquitectura		d. La cocina
	e. Otro		Cuál ?				
	8. ¿Qué sensaciones le produce estar en Salento?						
	a. Alegría		b. Asombro		e. Indiferencia		c. Felicidad
	d. Molestia		f. Otro		Especifique:		
9. ¿Qué actividades de esparcimiento realiza en Salento?							

TURISMO	10. ¿Trabaja en alguna actividad vinculada al turismo?	a. Si ¿Cuál?		b. No	
	11. ¿Quiénes son los más beneficiados del turismo en Salento?				
	a. Nativos		b. Oriundo de otro lugar del país		c. Extranjero
	12. ¿Ve en el turismo una oportunidad de desarrollo sostenible?	a. Si		b. No	
	12b. ¿Por qué?				
	13. ¿Conoce un modelo de turismo que fortalezca la cultura campesina ?				
	a. Si. ¿Cómo?				
	b. No. ¿Por qué?				
	14. ¿Cree usted que el alto flujo turístico impacta al municipio?	a. Si		b. No	
	14a. ¿Cómo?				
15. ¿Cómo ha incidido el turismo en la valorización predial del municipio? _____					
PCC	16. Conoce la declaratoria de la UNESCO del Paisaje Cultural Cafetero?	a. Si		b. No	
	17. ¿Sabe qué procesos adelanta el Estado para proteger el PCC?	a. Si		b. No	
	17a. ¿Cuáles?				
	18. ¿Se ha visto beneficiado de alguna manera por esta declaratoria de la Unesco?				
	a. Si . ¿De qué manera?				
	b. No. ¿Por qué?				
19. ¿Algún ente estatal lo ha visitado de para instruirlo sobre el PCC?	a. Si		b. No		
MINERÍA	20. ¿De haber proyectos mineros en Salento continuará el mismo flujo turístico?	a. Si		b. No	
	20a. ¿Por qué?				
	21.¿Lo ha visitado alguien a hablarle sobre la mega minería?				
	21a. Si. ¿En contra o a favor?	b. No		c. No la conoce	
	22. ¿Ve la mega minería como opción de desarrollo sostenible para Salento?	a. Si		b. No	
22a. ¿Por qué?					

## Anexo 2. Encuesta de población. Funcionarios administración municipal.

<b>1. ¿En qué sector de la administración se desempeña?</b>						
<b>2. ¿Hace cuánto desempeña esta labor?</b>				a. Menos de un año		
b. Entre 1 y 5 años.		c. 5 a 10 años		d. Entre 10 y 20 años		e. Más de 20 años
<b>3. ¿Conoce la declaratoria de la UNESCO del Paisaje Cultural Cafetero como patrimonio de la humanidad?</b>				a. Si		b. No
<b>4. Considera que el flujo turístico ha aumentado desde la Declaratoria?</b>				a. Si		b. No
<b>5. ¿Sabe qué procesos adelanta el Estado para proteger el PCC?</b>				a. Si		b. No
<b>5a. ¿Cómo cuáles?</b>						
<b>6. ¿Ve en el turismo una oportunidad de desarrollo sostenible, sin que se vea afectada la esencia campesina propia de la cultura salentina?</b>						
a. Si. ¿Cómo?						
b. No ¿Por qué?						
<b>7. ¿Cree usted que el alto flujo turístico genera algún impacto en el municipio de Salento?</b>						
a. Si ¿Cuál?						b. No
<b>8. ¿Ha incidido el turismo en la valorización de los predios y que consecuencias ha traído?</b>				a. Si		b. No
<b>8a. ¿Cuáles?</b>						
<b>9. ¿Qué incidencia ha tenido el turismo en la valorización de la tierra y el desplazamiento de la población? _____</b>						
<b>10. ¿Considera que de llevarse a cabo proyectos mineros, en Salento seguirá el mismo flujo turístico?</b>						
a. Si ¿Por qué?						
b. No ¿Por qué?						
<b>11. ¿Lo ha visitado alguien a hablarle sobre la mega minería?</b>						

a. Si . En contra o a favor.		b. No		c. No la conoce	
<b>12. ¿Ve la mega minería como opción de desarrollo sostenible para el municipio de Salento?</b>					
a. Si ¿Por qué?					
b. No ¿Por qué?					
<b>13. ¿Ha comido papa salentina?</b>					
a. Si		b. No		c. No la conoce	
<b>14. ¿Desempeña alguna actividad agropecuaria?</b>				a. Si	b. No
<b>14A. ¿Cuál?</b>					
<b>15. ¿Considera Salento un municipio de vocación cafetera?</b>				a. Si	b. No
<b>15a. ¿Por qué?</b>					
<b>16. Cuáles son los cambios más significativos que ha generado el turismo en Salento? _____</b>					
<b>17. ¿En Salento quiénes se benefician más del turismo y por qué? _____</b>					
a. Nativos		b. Nacionales		c. Extranjeros	
<b>18. ¿Cuánto presupuesto destina su dependencia para el turismo?</b>					
<b>19. ¿Qué porcentaje del presupuesto municipal se orienta a capacitación, investigación y divulgación en turismo?</b>					
<b>20. ¿Cuánto se destina para programas específicos de turismo y cuánto para gestión?</b>					
<b>21. ¿Qué incidencia tienen las actividades de ocio en la vida social, económica, cultural o política del municipio?</b>				a. Generan empleo	
b. Mejora finanzas municipales		c. Promueven el turismo		d. Nuevas relaciones con otros municipios	e. Mejora infraestructura del municipio
<b>22. ¿Qué acciones viene adelantando la Administración Municipal en aras de hacer sostenible el destino?</b>					
<b>23. ¿Qué áreas protegidas se encuentran dentro del destino que estén debidamente reguladas y administradas de tal forma que alcancen objetivos de conservación? _____</b>					
<b>24. ¿Qué actividades adelanta la administración para el control, manejo y conservación de los siguientes aspectos ambientales?</b>					

a. Agua b. Energía c. Residuos sólidos d. Vertimientos e. Ruido f. Emisión de partículas
<b>25.</b> ¿Cuántos y cuáles bienes de interés cultural han sido declarados en el municipio?
<b>26.</b> ¿Se han establecido límites de uso determinado por factores medioambientales para áreas en el municipio?
<b>27.</b> ¿En temas de turismo qué acciones de capacitación adelanta la administración con los pobladores?
<b>28.</b> ¿Quién es el encargado del levantamiento cartográfico de los productos del destino Salento?
<b>29.</b> ¿La oferta culinaria de los prestadores de servicios alimentarios en el municipio, evidencia prácticas sociales y culturales relacionadas con las raíces históricas de los pobladores?
<b>30.</b> ¿Qué acciones colectivas adelanta la Administración conducentes al establecimientos de acuerdos que contienen principios, valores y lineamientos para la prestación del servicio?
<b>31. ¿Cómo ha impactado el turismo el conjunto de rasgos:</b> a. Espirituales _____ b. Materiales _____ c. Intelectuales _____ d. Emocionales _____ e. El modo de vida _____ f. Sistemas de valores _____ g. Las tradiciones _____ h. Creencias _____
<b>32.</b> En términos económicos, ¿que ha significado el turismo para Salento? _____
<b>33.</b> Con qué frecuencia adelanta la administración actividades con los empresarios y comerciantes para garantizar comercio justo, transparencia y respeto para garantizar equidad en el servicio, asegurando los derechos de productores y trabajadores
<b>34.</b> Hay equilibrio en la participación de los siguientes componentes en el destino: a. Atractivos

- b. Servicios o facilidades
- c. Infraestructura básica
- d. Actores públicos
- e. Actores privados
- f. Demanda Turística
- g. Conjunto d bienes y servicios ofrecidos al visitante con valor agregado
- h. Prestadores de servicios nativos versus foráneos

**35.** ¿Quién se encarga de definir y establecer acciones, procedimientos y/o programas a implementar?