

NUEVAS CENTRALIDADES DEL TURISMO CULTURAL EN BOGOTÁ: EL CASO DE USAQUÉN

NEW CENTRALITIES OF CULTURAL TOURISM IN BOGOTA:
USAQUÉN

Recebido em 30/04/2013

Aprovado em 14/10/2013

Martha Milena Bautista Gómez¹

¹ Máster en Problemas Sociales, Dirección y Gestión de Programas Sociales de la Universidad de Granada, España. Coordinadora del Programa Misión País Colombia de la Pontificia Universidad Javeriana, e Investigadora de la Universidad EAN del Grupo Cultura y Gestión. milebg@gmail.com

RESUMEN

El artículo presenta el turismo cultural en Bogotá, tomando como el barrio de Usaquén, en el territorio correspondiente al núcleo fundacional de lo que anteriormente era el municipio de Usaquén, el cual hoy es reconocido por sus valores históricos, urbanísticos y arquitectónicos. Para ello, se realizó un abordaje metodológico principalmente cualitativo, soportado con algunas fuentes cuantitativas, que a través de las categorías de análisis de: proceso de patrimonialización, gestión del patrimonio y tipología del turismo, permiten entender la dinámica del turismo cultural en Usaquén, que han ido identificando al sector por su estilo bohemio y cultural, representado en una aglomeración de lugares vinculados a la infraestructura turística, así como una dinámica cultural intensa mediada por diferentes centros de promoción y difusión de actividades artístico – culturales; que en conjunto, genera una nutrida dinámica de turismo cultural que han ido posicionando a Usaquén como una de las nuevas centralidades de la oferta turístico – cultural de la ciudad.

PALABRAS CLAVE

Nuevas centralidades, Turismo Cultural, Bogotá, Usaquén

ABSTRAC

The present article shows the case of Bogota's neighborhood Usaquen, in the space that was once the town of Usaquén, and nowadays is renowned for its historic, urban and architectural values, also its bohemian cultural style, represented by places related tourism infrastructure and its cultural dynamic through cultural promotion centers. To do this, we conducted a qualitative methodological approach mainly, supported to some sources quantitative, through the categories of analysis: patrimonialization process, heritage management and tourism typology; for to explain how the Usaquen's model has become a New Centers of Tourism in the city.

KEYWORDS

New Central, Cultural Tourism, , Bogotá, Usaquén

INTRODUCCIÓN

El presente artículo es el resultado de la investigación titulada igualmente *Nuevas Centralidades del Turismo Cultural*, realizada en el marco de la línea de investigación en Turismo Cultural, del grupo de Cultura y Gestión de la Universidad EAN. El cual tiene como objetivo documentar y explicar cómo se ha configurado el modelo de Usaquén como nueva centralidad de turismo cultural, a través de la gestión del patrimonio, la dinámica artístico – cultural y la infraestructura turística.

Las dinámicas sociales, los flujos migratorios y los cambios en la estructura e interconexión de la ciudad de Bogotá, generan nuevos usos del suelo que alteran el paisaje cultural, produciendo nuevas prácticas y agentes que configuran formas de relacionarse y criterios de valoración del espacio, a partir de lo cual se configuran imaginarios, representaciones y procesos identitarios, que patrimonializan lugares, mediante la producción y reproducción de prácticas sociales.

Es así como cambian las centralidades de las ciudades, se diversifican y se producen nuevos usos, y con ello nuevos sujetos y objetos de patrimonialización, que surgen como procesos de gestión en cuanto a su preservación y promoción por instituciones, generando nuevas dinámicas de turismo cultural relacionadas con procesos de consumo cultural.

En el caso concreto de Usaquén, las dinámicas de turismo cultural hace de éste un lugar presente en el imaginario de los bogotanos como un espacio cultural y bohemio, dado mediante un proceso de consumo cultural fundamentado en el patrimonio material e inmaterial, que evoca la tradición del centro histórico, más allá del centro tradicional, y a su vez ofrece una versatilidad de propuestas de consumo y disfrute cultural.

METODOLOGÍA

La investigación de la que se deriva el presente artículo, busca documentar el modelo de turismo cultural de Usaquén, a través de la gestión cultural del patrimonio, la promoción y difusión de actividades artístico culturales y de la consolidación de infraestructura turística.

Para ello, se realizó un abordaje principalmente cualitativo, soportado con algunas fuentes cuantitativas; básicamente las técnicas de investigación empleadas se refieren a la observación participante, la revisión documental y bibliográfica sobre turismo cultural, nuevas centralidades y

concretamente la actividad turístico-cultural de Usaquén, así como la información proveniente de las instituciones culturales de la zona generadora de impactos y consumo cultural.

Esta información se complementó con la elaboración de matrices de datos sobre la infraestructura cultural con base en datos primarios de diferentes fuentes y directorios gastronómicos y hoteleros, que permitieran un análisis general de las condiciones dadas para el turismo en la zona.

Posteriormente se organizaron y analizaron los datos entorno a las categorías de paisaje cultural, usos sociales del espacio e infraestructura cultural, que en conjunto permiten explicar el proceso de turismo cultural desarrollado en Usaquén.

APROXIMACIONES TEÓRICAS

El espacio de la ciudad cambia a medida que las relaciones sociales y el ritmo de vida se modifican, la distribución espacial siempre obedece a condiciones temporales y contextuales que definen su uso y representan a qué tipo de sociedad se hace referencia; expresan la normatividad social, los patrones morales, institucionales, esquemas de poder y estamentos sociales.

La resignificación del espacio, como escenario de relaciones sociales racionales y objetivizadas, expresadas en la distribución espacial, constituye una cartografía social en la que las dinámicas sociales y las relaciones de poder se fijan en un espacio nutrido por la interacción de quienes lo habitan. En este sentido la concepción y valoración de lo que es patrimonio cambia constantemente dependiendo de los referentes e intereses particulares, definiendo los criterios de patrimonialización tanto por su significado como por la carga simbólica que representa, puesto que el paisaje se convierte en patrimonio en la medida en que es valorado (Palacio, 2006, P. 179)

El espacio social de la ciudad

La ciudad se apropia de un espacio, constituye un emplazamiento al cual dota de significado y dinamiza con las relaciones sociales que allí tienen lugar, las cuales están a su vez determinadas por las condiciones del espacio, que a lo largo de la historia han definido las características de cada ciudad.

En este sentido, la ciudad define y especializa funciones para cada sector, establece espacios para cada actividad y con base en aquellas concentra en un lugar cierto tipo de personas; hay espacio

residencial, comercial, industrial, financiero, político... De forma que el espacio se define conjuntamente por objetos y acciones, y por tanto, el patrimonio como elemento territorial, además de tener una expresión espacial, se produce a partir de la interacción, en doble vía, entre objetos –ya sean naturales o artificiales- y acciones –dinámicas naturales o dinámicas sociales.

En este sentido, el espacio se encuentra condicionado a la temporalidad relacionada con la transformación histórica de la ciudad, y por ende, la modificación del plano a través de relaciones de función o uso, y forma o morfología, así como los límites o líneas de fijación, sean éstas naturales o normativas, que cambian en el tiempo. Por ello la morfología de las ciudades evidencia la diversidad de los paisajes urbanos, que a su vez expresan la evolución histórica, la cultura, las funciones económicas y el bienestar de la población (Capel, 2002).

Paisaje cultural

El concepto de paisaje puede ser abordado a través de tres dimensiones: cultural, ecológico-geográfica y estética o visual. Desde el punto de vista turístico, el interés por el paisaje se concentra sobre los valores perceptivos y culturales, que se derivan del interés subjetivo y la atracción visual de los recursos naturales, artificiales, tangibles e intangibles del paisaje, dado que es a través de la imagen con la que se difunde un destino turístico, el paisaje se convierte en una categoría de análisis fundamental (Font, 1992).

Asimismo, el paisaje se encuentra asociado a los cambios provocados por la acción humana, a través de los cuales se definen nuevas formas de producción, ocupación, infraestructuras y sistemas de movilidad. De acuerdo a los aportes de Simmel (1986), el paisaje es tan infinitamente múltiple y cambiante, que posibilita una gran variedad de percepciones visuales, que articuladas forman lo que él denomina *unidad de sensación*.

En el campo del turismo, el paisaje se halla como un factor indisociable, ya que toda experiencia turística implica un acto de percepción predominantemente visual del paisaje visitado, convirtiéndolo en un elemento substancial del fenómeno turístico, que toma como recursos la diferenciación del territorio dada por la diversidad cultural expresada en el paisaje.

Nuevas centralidades

Con los procesos de la modernidad, las sociedades cambian permanentemente, generando diferentes movimientos inmersos dentro de dinámicas sociales que definen la evolución histórica, como producto de la transformación y redefinición de las estructuras espaciales (Castells, 1996). Es así como se establecen unas formas urbanas que dan cuenta de los usos, flujos, percepciones, asociaciones mentales y sistemas de representaciones que cambian con el tiempo.

La dinámica urbana paulatinamente configura procesos de cambio a través de “*nuevas centralidades, interconexiones, desconexiones, redefinición de roles de las áreas existentes, así como sobre-explotación de algunas áreas y pérdida de vitalidad de otras, que afectan los componentes sociales, económicos y culturales*” (Cerlett, 2010, P. 2), redefiniendo los valores históricos, urbanísticos y arquitectónicos atribuidos a un lugar.

En este sentido, las centralidades van de los nodos de integración a las redes, como un sistema de entrecruzamientos de redes múltiples, configurando ciudades caracterizadas por la periurbanización, la policentralización, la desigualdad y la fragmentación (Segura, 2010), que a su vez crea nuevos objetos de patrimonialización.

Como parte del proceso de transformación continua de las ciudades, se pueden generar nuevas áreas de atracción, a través de las cuales la ciudad policéntrica reemplaza al modelo monocéntrico, reuniendo sub-centros con funciones específicas; se da entonces un proceso de consolidación de varias centralidades, como focos de atracción dentro de la trama urbana constituyendo nuevos puntos de centralidad (Segura, 2010).

Estas nuevas centralidades que se forman, pueden asumir diversas funciones para la ciudad de acuerdo a sus potencialidades y recursos, en las centralidades que tienen valores históricos, arquitectónicos y urbanísticos, bajo una gestión del patrimonio por parte de las instituciones y un proceso de patrimonialización por los usuarios, los recursos culturales pueden constituirse como atractivos turísticos y con ellos generar una dinámica turística, que de acuerdo a las características y recursos pueden ser de turismo cultural.

Turismo Cultural

Aunque todo el turismo implica un proceso cultural, hay un turismo específicamente cultural, que se comporta como un elemento dinamizador del patrimonio y las comunidades, podría definirse como: *“aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”* (Secretaría de turismo de México. Centro de estudios superiores en turismo, 2001)

Es por ello que el turismo cultural no se distribuye en el espacio de forma homogénea o aleatoria, por el contrario, su localización es de carácter regional y responde a factores relacionados con el entorno geográfico, el clima, el patrimonio asociado y la capacidad de acceso e interconexión entre los sitios turísticos de una región determinada.

De esta forma el turismo cultural, involucra espacios cargados de significados y simbolizaciones, lugares imaginario del pasado y la tradición, preservados y custodiados a través de la gestión del patrimonio, que limita sus usos, adorna sus estilos y recrea sus historias. En este sentido el turismo cultural implica releer el pasado y el presente, adaptando los significados no tanto a los hechos supuestamente objetivos como a la interpretación que de los mismos tienen sus usuarios permanentes.

El principal atractivo para el turismo de las ciudades con patrimonio histórico-cultural reside precisamente en el acervo de sus bienes patrimoniales; sin embargo, esta condición no es razón suficiente para garantizar la elección de un destino de viaje por parte del turista, que demanda una serie de condiciones para su estadía que se dan como resultado de un proceso de gestión del patrimonio por parte de instituciones, a través de políticas culturales de orden público y privado.

En este sentido es la gestión institucional sobre el patrimonio, la que transforma los recursos culturales en atractivos, a través de acciones de revalorización y conservación de los bienes patrimoniales, expresados simultáneamente a través de dos grandes vertientes: la conservación del patrimonio; y su desarrollo y promoción.

Desde la perspectiva de conservación, se realiza la rehabilitación del patrimonio natural (espacios naturales, zonas arqueológicas...) y el patrimonio construido de los lugares (sitios con valor

histórico, artístico...; y la musealización de piezas, artefactos y edificios) acciones que con el tiempo definen las valoraciones sobre el patrimonio local, nacional o de la humanidad.

Desde la perspectiva del desarrollo y promoción del patrimonio, se encuentra la acción de los centros culturales, que tienen una importante función en la difusión y divulgación del patrimonio a través de los productos que crean en su oferta cultural, y que generan procesos de consumo cultural en los espectadores que acceden a sus actividades, con lo cual resignifican el patrimonio, a la vez que crean nuevas prácticas culturales.

Consumo cultural

En este proceso de reconfiguración del espacio social y patrimonial, se establecen espacios de reproducción y control social dados por el consumo masivo, que plantean diferentes modos de habitar el espacio y aprovechar sus recursos, combinando prácticas de resistencia y clientelares. Con base en ello, se definen relaciones identitarias y de solidaridad locales, que se entretejen con los comportamientos de apropiación en tanto espectadores y consumidores.

Aunque se suele imaginar el consumo como lugar de lo superfluo, el consumir implica pensar, elegir y reelaborar el sentido social; es decir, además de la operación comercial, el consumo implica actos en los que “se imagina acerca de otros, acerca de lo que desean de usted y de la respuesta que le darán” (Miller, 1999:17). Consumir es participar en un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo.

Desde esta perspectiva, el consumo cultural reconoce que la apropiación de cualquier bien es un acto que distingue simbólicamente, integra y comunica, objetiva los deseos y ritualiza su satisfacción. Es, por lo tanto, una práctica sociocultural en la que se construyen imaginarios, significados y sentidos de vida. (García Canclini, 1993)

La ciudad como tal existe en un espacio, apropia un asentamiento y lo condiciona a sus necesidades, de forma que los usos territoriales pasan a depender de la circulación de capitales, imágenes, informaciones estratégicas y programas tecnológicos, convirtiendo a la ciudad en un producto social resultante de los intereses y los valores sociales de determinada colectividad.

TURISMO CULTURAL EN BOGOTÁ

En el ámbito distrital, desde las políticas públicas se ha entendido la importancia del turismo cultural en la recuperación de la identidad nacional, como vehículo para dar a conocer la historia de los pueblos, además de la sostenibilidad al patrimonio tangible e intangible mueble e inmueble que implica, y del importante impacto económico que genera.

De acuerdo a los datos registrados por el observatorio turístico, durante el año 2010 Bogotá fue visitada por cerca de 8 millones de Turistas, con lo cual la ciudad se consolidó como el primer destino turístico de Colombia, por encima de Cartagena y de los destinos tradicionalmente turísticos del país.

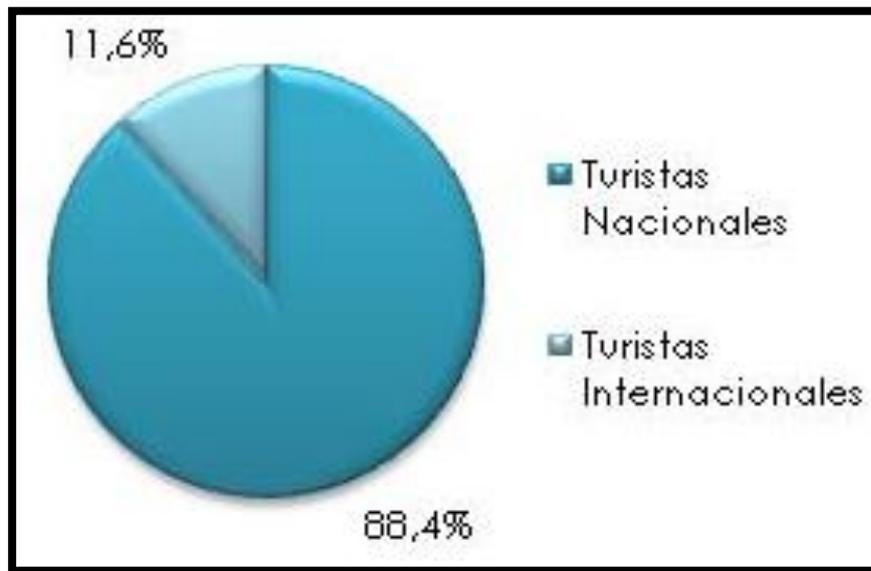
Éste representa un gran logro para la ciudad, teniendo en cuenta que Bogotá no tenía una vocación clara como destino turístico, como lo señalaba el entonces IDCT (2005) a pesar del importante flujo de visitantes que siempre ha recibido Bogotá por su condición de capital, y de que la ciudad tiene la mayor concentración de atractivos turísticos del país, junto con una oferta cultural igualmente importante, la ciudad no era visitada.

De forma que el turismo con el que hoy cuenta Bogotá, es el resultado de una eficiente labor en la gestión del patrimonio cultural de la ciudad, en términos del mejoramiento en infraestructura y en el posicionamiento de Bogotá como centro cultural por excelencia, atrayendo de forma permanente una gran cantidad de viajeros, que potencian significativamente su actividad turística.

Con base en los resultados del Observatorio turístico del IDT (2010), se destaca que Bogotá, durante este período recibió un total de 7.761.674 turistas, de los cuales 6.859.814 (88,4%) corresponden a turistas nacionales y 901.860 (11,6%) a turistas internacionales¹. Como se presenta en el siguiente gráfico:

¹Se incluyen en esta categoría a los colombianos radicados en el exterior que ingresan con pasaporte colombiano, pero que vienen de visita a la ciudad y se hospedan en ella durante varios días.

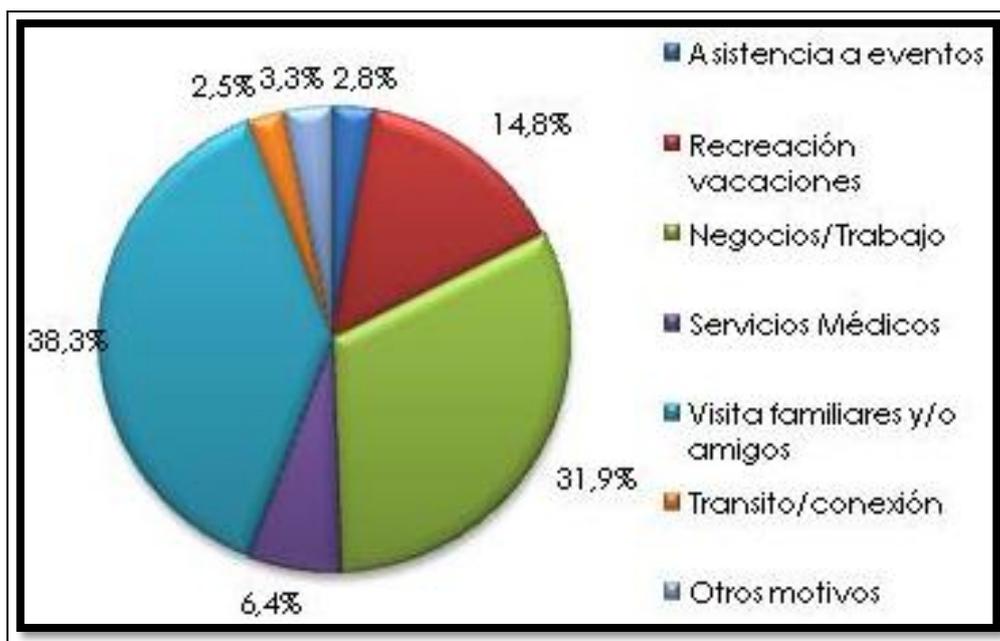
Gráfico 1. Turistas Nacionales e internacionales en Bogotá



Fuente: IDT. Observatorio Turístico. 2011

El número de turistas que ha estimado el Observatorio Turístico, refleja que la ciudad recibe cada año una población equivalente a la población residente en la ciudad, que genera un gran impacto en la actividad económica de la capital, y evidencia que Bogotá es un importante polo de atracción de turistas nacionales y extranjeros, constituyéndose como el primer destino turístico nacional e internacional. (IDT, 2011)

Gráfico 2. Motivo de viaje de los turistas nacionales

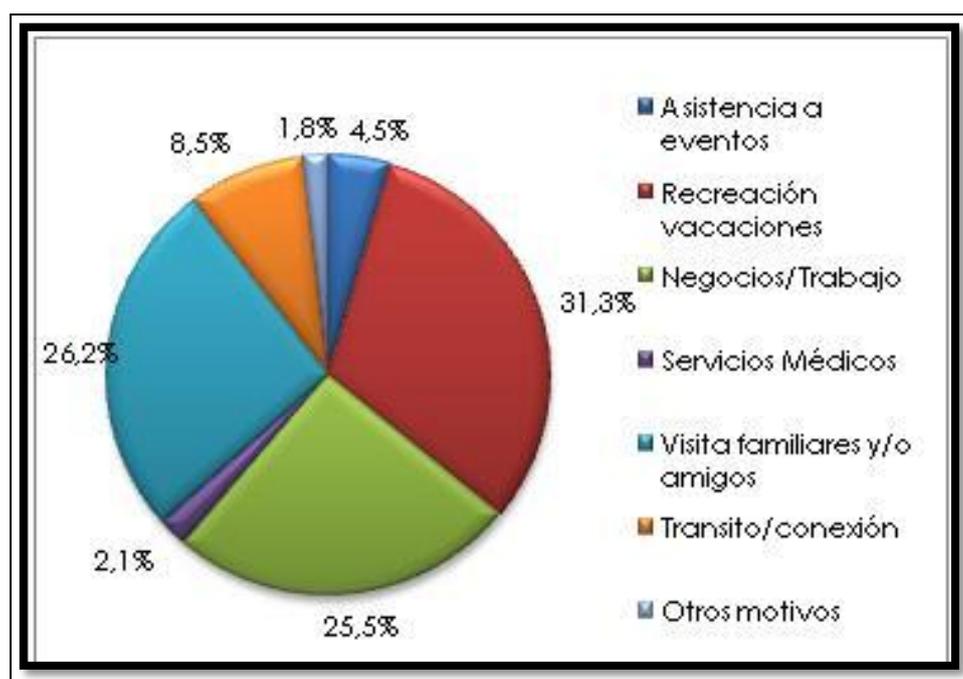


Fuente: IDT. Observatorio Turístico. 2011

La visita a familiares o amigos fue la razón principal por la que el 38% de los turistas nacionales visitaron la ciudad en el año 2010. De otra parte, las actividades laborales y la realización de negocios fueron los motivos de viaje para el 32% de los turistas. El ocio y las vacaciones adquieren especial importancia, ya que representan cerca del 15% y se ubica en la tercera razón de visita a la ciudad.

El estudio permitió identificar que el 67% de las personas nacionales que vienen a la Capital, se quedan de una a tres noches, el 19 % se queda de 4 a 7 noches, y un 11% de 8 a 28 noches. Lo cual evidencia que aunque la mayoría de visitantes nacionales acuden a Bogotá por motivos muy concretos, paulatinamente está aumentando las estancias más largas que permiten el conocimiento y disfrute de la ciudad.

Gráfico 3. Motivo de viaje de los turistas internacionales



Fuente: IDT. Observatorio Turístico. 2011

Para el 31,3% de los turistas internacionales la recreación y las vacaciones son el motivo principal de su visita a Bogotá, seguido por la Visita a familiares o amigos (26.2%) y los Negocios (25.5%). De forma que más de la mitad de la visita de turistas internacionales implican el disfrute de la ciudad.

En cuanto a la duración de la visita a Bogotá, se obtuvo que el 32% se queda de una a tres noches, el 34% de 4 a 7 noches y el 28% se queda de 8 a 28 noches, lo que permite inferir que su nivel de consumo en la ciudad es alto, pues hay una mayoría de turistas que superan las tres noches en la ciudad, datos que junto con el anterior, del motivo del viaje reafirma a la ciudad como un destino turístico.

En términos generales, se han dado importantes avances en el turismo cultural de la ciudad; no obstante, es un reto que deben enfrentar ambos sectores (el turístico y el cultural), en los próximos años, para que su desarrollo beneficie directamente a las ciudades, a sus habitantes y a la economía del país, con un profundo respeto y cuidado por el patrimonio cultural que diferencia e identifica una cultura ante el mundo.

ANÁLISIS DEL LUGAR DE ESTUDIO. CASO USAQUÉN

El Centro histórico de Usaquén se encuentra ubicado en el nororiente de Bogotá, capital de Colombia, en la localidad 1 que recibe su mismo nombre, entre la Calle 116 y 121 y entre la carrera 7° y la carrera 4° hacia el oriente. A partir de 2002 fue declarado como un sector de interés cultural para la ciudad (artículo 368 del Decreto 619 de 2000), dada la concentración de atractivos históricos, urbanísticos y arquitectónicos, que junto con dinámica social que se ha consolidado, se define como un lugar patrimonial y nodo fundamental de lo que hoy podemos denominar nuevas centralidades del turismo cultural de la ciudad.

Introducción

El núcleo fundacional de Usaquén corresponde a los vestigios de la plaza principal de lo que era el municipio de Usaquén, creado en 1539 y anexado a Bogotá en 1954 cuando la ciudad empieza a expandirse como consecuencia de los altos flujos migratorios, sobrepasando el marco del centro histórico y paulatinamente anexando a su territorio los municipios circunvecinos.

Tradicionalmente Usaquén ha sido un territorio de latifundios pertenecientes a las clases socioeconómicas más altas de la ciudad. Históricamente estos latifundios se han transformado en grandes haciendas, que posteriormente darían paso a las casonas y luego al asentamiento de

diferentes establecimientos de comercio y viviendas con una importante concentración de capital. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2008)

Es así que desde el proceso de colonización se ha considerado un sector de exclusividad para las clases sociales altas, de forma que la corona española desaloja a los indígenas y los traslada al municipio de Soacha, dejando la zona para instalar las haciendas de extranjeros. Posteriormente se ubican las grandes haciendas de los más importantes empresarios de la naciente industria colombiana, que tras su fragmentación se convirtió en el lugar de residencia permanente de las familias más prestantes de la ciudad y que posteriormente darían paso a lujosos restaurantes y tiendas de moda, en construcciones de fachada colonial con espacios interiores adecuados para la vida moderna.

Asimismo, desde sus inicios Usaquén ha sido un lugar visitado por diferentes tipos de turistas, cuando Bogotá era una ciudad muy pequeña delimitada por el centro histórico, Usaquén era el paso obligado para quienes viajaban en el tren de Bogotá hacia Cundinamarca y Boyacá, de forma que Usaquén recibía turistas constantemente. Al anexarse a Bogotá, siguió siendo un espacio de encuentro enmarcado en su arquitectura colonial y algunos espacios sociales, como el Centro Comercial Santa Bárbara, así como antiguas edificaciones de orden religioso que más tarde se convertirían en equipamientos culturales promotores de actividades artístico – culturales de gran magnitud.

En la actualidad, Usaquén conserva el paisaje tradicional de lo que anteriormente era el centro del municipio, pero que ahora se complementa con grandes edificios de oficinas, en el Centro Empresarial Santa Bárbara y Teleport Business Park que conforman una Gran Manzana de nueve edificios empresariales entre las calles 116 y 113, y de la carrera 7a. a la 9a.

Adicional a esta actividad comercial en medio de un paisaje colonial, en Usaquén tiene lugar un amplio movimiento de las grandes y famosas tiendas internacionales así como de espaciosos y agradables centros comerciales como Hacienda Santa Bárbara y Santa Ana, que se complementan con las tiendas de diseñadores jóvenes, talleres de artistas, hoteles boutique y algunos de los mejores restaurantes de la ciudad, cada uno con propuestas novedosas muy específicas. En conjunto, todo esto configura una de las zonas más diversas y cosmopolitas de Bogotá.

Pese a los cambios que dan cuenta del transcurrir del tiempo, Usaquén conserva sus construcciones coloniales y gran parte de sus calles peatonalizadas y formalizadas como patrimonio cultural de la capital.

Proceso de patrimonialización en Usaquén

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

Patrimonio histórico: El patrimonio de Usaquén se encuentra principalmente referido a atractivos turísticos considerados bienes de interés cultural por su valor histórico, concentrados en el sector entre la Hacienda Santa Bárbara y la Plaza de Usaquén.

En este ámbito se encuentra la fachada de la Hacienda Santa Bárbara construida en 1847 y que funcionó como un espacio importante para la vida social del municipio hasta 1920. En 1985, fue declarada Patrimonio Arquitectónico de Bogotá y en 1987 se inició el proyecto para convertirla en centro comercial, conservando su fachada en piedra, pero adecuando todos sus espacios para fines comerciales, y anexándole una construcción moderna como extensión del centro comercial; hoy en día, permanece en el imaginario social como un lugar de gran tradición por ser uno de los centros comerciales más antiguos y exclusivos.

Dentro de esta categoría también está la plaza de Usaquén, en la cual se encuentra la Casa de la Alcaldía, de gran valor por su arquitectura colonial, que representaba la municipalidad cuando Usaquén era un municipio independiente, y aún hoy conserva sus funciones administrativas como sede de la localidad, y además se convierte en un escenario de exhibición de las obras de artistas independientes durante los fines de semana. Por otra parte, la pila que se encuentra en el centro de la plaza y la estatua de Simón Bolívar, confieren valor monumental a esta plaza.

La plaza en general es uno de los principales atractivos turísticos de Usaquén, al conservar un estilo colonial, que trae a la memoria lo que fue el núcleo fundacional de Usaquén, en uno de los centros históricos mejor conservados de los municipios anexos a la ciudad. Tras una labor de preservación importante en la arquitectura colonial de sus casas y sus calles adoquinadas, se constituye la plaza de Usaquén como espacio de encuentro y de la vida social, conservando sus funciones administrativas

en la que se establecen los poderes sociales, políticos y religiosos, con construcciones muy antiguas que se fusionan con las dinámicas de la vida moderna.

Patrimonio religioso: Como principal bien de interés religioso se encuentra la Iglesia de Santa Bárbara, que data de 1665 y contiene importantes obras de arte de la escuela de Arce y Ceballos, así como objetos de gran valor religioso e histórico; y hoy es el principal nodo del turismo religioso de la zona.

Adicionalmente, se encuentra la presencia de diferentes órdenes religiosas representadas en claustros muy antiguos y de gran magnitud, que se asentaron en Usaquén como el Seminario Mayor de Usaquén Valmaría y el Centro de Estudios Pastorales, que aunque conservan sus funciones de orden religioso, han asumido una importante labor como espacio de exhibición de eventos culturales.

Patrimonio cultural: En lo que se refiere a Patrimonio cultural, en Usaquén se encuentran diferentes Equipamientos, e instituciones culturales, así como propuestas novedosas generadoras de diferentes prácticas culturales que identifican la zona.

En cuanto a equipamientos, existen instituciones que exhiben espacios para actividades artístico culturales, como es el caso del Centro de Convenciones y Eventos Villa Santa María, que se encuentra ubicado en la Plaza Principal de Usaquén, dicho centro ofrece modernas y exclusivas instalaciones, para llevar a cabo eventos de tipo social y empresarial.

En cuanto a las instituciones culturales, como agentes dinamizadores de la actividad artístico-cultural, se encuentran instituciones de origen privado que movilizan un público selecto a través de propuestas novedosas. En este ámbito se encuentra Cinema Paraíso como escenario de producción y distribución de películas de autor. Se trata de un espacio original inspirado en los clásicos cinemas europeos, que combina la exhibición cinematográfica con el disfrute de un amplio y diverso menú y bar.

También se encuentran aLalocalidad, como un espacio alternativo de vanguardia muy bien adecuado para exposiciones de arte y eventos culturales y sociales, talleres y cursos de pintura, dibujo y escultura. Lalocalidad cuenta con un café, una tienda de diseño Alrovw, una escuela de yoga con amplia trayectoria y una acogedora terraza abierta.

Como estas, se encuentran diferentes organizaciones movilizadoras de actividades culturales, que poco a poco se han ido instalando en la zona y que sumado alas tiendas de diseño de artistas independientes, así como las galerías o tiendas relacionadas con el arte, configuran un atractivo punto de interés artístico-cultural de la ciudad en Usaquén.

Asimismo, se encuentra El Mercado de las Pulgas de Usaquén, que ha sido un referente importante de identificación de este barrio, considerado hoy como bien de interés cultural de la ciudad y reconocido como patrimonio cultural de la localidad, con lo cual se constituye como un referente de la identidad local.

Actualmente los Mercado de las Pulgas de mayor importancia son la Asociación de los Toldos de San Pelayo y el Carpediem, que surgen como iniciativa de la Alcaldía de profundizar la vocación cultural y turística de Usaquén. Después de 15 años, estos mercados siguen siendo importantes espacios de encuentro de artesanos, artistas, cocineros, teatreros, ropavejeros y anticuarios, que se dan cita en este sector principalmente los fines de semana y en temporada navideña, atrayendo un buen número de turistas en la zona.

Gestión del patrimonio

Si bien el patrimonio histórico que tenía Usaquén ha sido significativo por sí mismo, las dinámicas que hoy se observan entorno al turismo cultural, no habrían sido posible de no ser por la gestión realizada por las instituciones a través de las políticas culturales públicas y privadas.

Inicialmente se trataba sólo del aspecto colonial de la plaza de Usaquén y la fachada de la Hacienda Santa Bárbara, las cuales fueron rehabilitadas con un enfoque de preservación y conservación del patrimonio cultural; asimismo la Hacienda Santa Bárbara se convierte en centro comercial, generando un espacio de encuentro importante, en un momento en que los centros comerciales resultaban toda una novedad para la vida social citadina. Con ellos empezó a gestarse un tipo de visita a la zona que pasaba del centro comercial a un recorrido muy corto por la plaza.(Alcaldia Mayor de Bogotá, 2008)

Posteriormente, empieza a consolidarse una proyección cultural de la zona, que enfoca la gestión institucional cultural hacia la recuperación de la arquitectura colonial y conservación de las calles adoquinadas, que no dejó perder nunca en Usaquén la noción de Centro histórico, haciéndolo

atractivo para diferentes tipos de visitantes; de esta forma, se adecuó la plaza de Usaquén en sus espacios de ocio para la dinámica moderna del disfrute de las familias conservando sus monumentos históricos.

Asimismo se adecuó todo el contorno de la plaza, en cuanto a la iglesia de Santa Bárbara y la Casa de la Alcaldía, principalmente, pero también en sus alrededores se realiza una importante gestión en la recuperación de las antiguas casonas que por las características de sus espacios se hicieron aptas para que cambiaran su vocación residencial y comenzaran a funcionar como espacios de ocio y esparcimiento con características particulares. Es así como empiezan a llegar los primeros restaurantes, atraídos por la belleza del centro histórico, pero además por una zona con un potencial interesante de consumo, en tanto que la población residente era de alto nivel socioeconómico.

Cada vez fueron más las propuestas de tiendas, bares y restaurantes que aprovecharon el espacio de las grandes casonas; pero que no hubiera sido posible, sin la gestión inicial de las instituciones en la recuperación del núcleo fundacional de Usaquén, consolidándose a través de las políticas de preservación patrimonial, a través de las cuales definieron el uso del suelo para actividades de tipo comercial que debía regirse por la normatividad para la conservación de la arquitectura y los usos sociales adecuados a la vocación cultural que empezaba a definirse con claridad en Usaquén.(Cultura, Recreación y Deporte, 2009)

Se comienza a generar toda una dinámica que altera la vida residencial de la zona, que empieza a consolidarse como un polo de entretenimiento y cultura de la ciudad, en el cual cada vez más se concentra propuestas innovadoras primero en gastronomía, pero a la que se sumaron tiendas de diseño, además de la atracción de artistas en la zona que fueron gestando espacios destinados al arte y la cultura, estos procesos poco a poco fueron definiendo a Usaquén en el imaginario de los bogotanos como un espacio alternativo en la ciudad impregnado de un ambiente de bohemia y cultura.

Adicionalmente, cuando empieza a hacerse evidente la vocación artístico- cultural de Usaquén, se da una importante gestión institucional entorno al fomento de actividades y prácticas culturales. En este proceso es cuando la Alcaldía creó la convocatoria para artesanos, a fin de profundizar y organizar las prácticas que se daban de forma espontánea, buscando darle un aspecto cultural al núcleo fundacional de Usaquén; es decir, había una clara intencionalidad de la institucionalidad pública por promover la zona como un atractivo turístico para la ciudad.

Es así como se crea toda la dinámica entorno a los mercados artesanales y con ellos la de diferentes artistas callejeros, que efectivamente crearon una propuesta de identidad para el sector que con los años se hizo muy representativa de la zona y de la ciudad en general, que aunque tiene otros mercados artesanales, el de Usaquén resalta por su organización y por el espacio de encuentro que genera entorno a él.

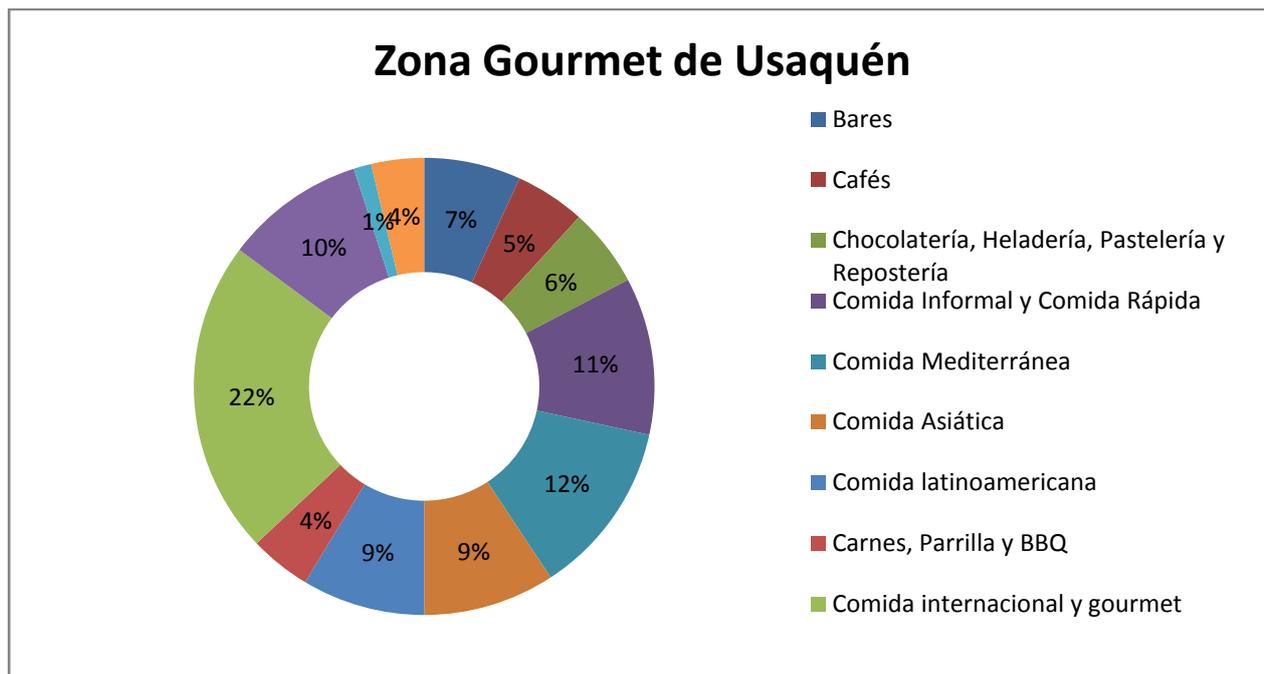
Con todo este proceso, cada vez la zona fue más visita por turistas inicialmente locales, que lo veían como un espacio alternativo en la ciudad; que además se da de forma paralela a la intencionalidad en las políticas distritales de fomentar el turismo en Bogotá, logrando un incremento muy grande en el número de visitantes y más aún en la creación de una experiencia cultural para quienes visitan la ciudad por otros motivos, pero que tenían la posibilidad de conocer la ciudad; con lo cual al igual que la ciudad, Usaquén empieza a ser visitada por un buen número de turistas nacionales e internacionales, frente a los cuales igualmente se van adecuando diferentes condiciones en cuanto a infraestructura turística para hacer placentera su visita.

Tipología del Turismo en Usaquén

En términos generales Usaquén es visitado por diferentes tipos de turista que buscan exclusividad y alta calidad en los servicios culturales y turísticos a los que accede, en un espacio bohemio y cultural.

Zona Gourmet de Usaquén: En Usaquén se consolidó una oferta gastronómica y de esparcimiento muy variada, y de gran reconocimiento en la ciudad, que claramente define la zona como el nodo principal del norte de la ciudad, en lo que a gastronomía se refiere, identificándola como la Zona G o Zona Gourmet.

En la Zona G (Usaquén) se concentran 162 establecimientos entre bares, restaurantes, cafés y pastelerías que generan un muy alto impacto, con propuestas sobresalientes por su innovación y calidad, que han posicionado altamente a Usaquén como zona gastronómica.



Fuente: Elaboración propia con base en los datos de <http://bogota-gourmet.blogspot.com/2006/11/zona-norte-usaquen.html>

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

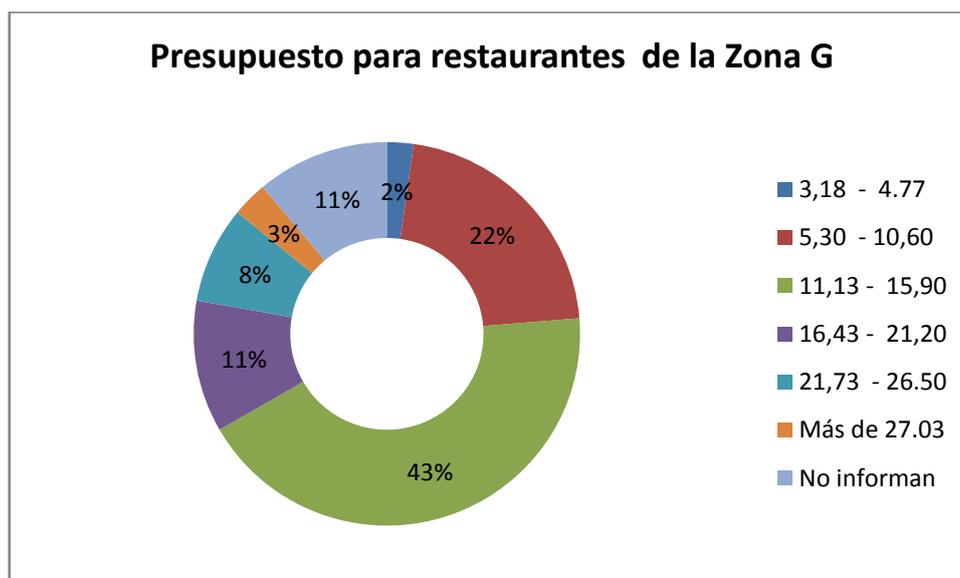
En general la oferta gastronómica es tipo gourmet e internacional en general. De la cocina nacional, se encuentran desde los tradicionales restaurantes de Crepes and Waffles y Hamburgueserías El Corral, hasta la más seleccionada comida típica colombiana.

De la cocina internacional se encuentra una alta gama, con un 31% que además de clasificarse como internacional especifica la nacionalidad, con una muestra importante de cocina mediterránea (12%), especialmente italiana, pero también española y francesa; así como de la cocina asiática (9%), que va desde la tradicional comida china y árabe, hasta la cocina japonesa, libanesa (9%) o tailandesa; seguida de la cocina latinoamericana, principalmente argentina, peruana y mexicana.

Encontramos, además, una cocina general tipo parrilla, comida de mar, así como cafés, pastelerías y postres, todo de muy alta calidad y que, por otra parte, generan espacios de encuentro diurno y nocturno de gran variedad.

Hay también una concentración importante de bares y pubs. Aunque sólo se definan como tal el 7% de los establecimientos estudiados, la mayoría de los restaurantes ofrece una gran variedad de licores y cocteles de diversa naturaleza, incluyendo música en vivo; de forma que la vida nocturna se hace muy concurrida y genera un alto impacto en la zona, que atrae gran cantidad de turistas especialmente los fines de semana.

En todos estos establecimiento las ofertas son muy bien seleccionadas, y asimismo de costos elevados en general. Si bien hay propuestas de comidas de paso, cafés y pastelerías y postres económicos que no superan un mínimo de \$5,30 se observa que el porcentaje más alto de los establecimientos (44%) reclama de sus comensales un presupuesto mínimo entre \$5,83 y \$10,60 por plato, que es un precio relativamente alto frente al costo de vida de la ciudad. Se asume que \$5,83 puede considerarse un precio accesible; \$ 10,60 ya entra a ser algo costoso.



Fuente: Elaboración propia con base en los datos de <http://bogota-gourmet.blogspot.com/2006/11/zona-norte-usaquin.html>

Los restantes datos que conforman el 33% de los establecimientos estudiados presentan ofertas que pueden catalogarse como muy costosas, con precios mínimos por plato entre \$ 11,13 y \$15,90 (19%), 16,43 y 21,20 (8%) y más de \$21,73 (6%). Estos últimos, en conjunto, conforman una muestra significativa en la zona.

En general se observa que la oferta gastronómica es de alta calidad, en espacios muy bien adecuados, con propuestas innovadoras muy particulares, y que asimismo están dirigidas a un público selecto que puede escoger entre diferentes propuestas, y en general tiene la capacidad de pagar altos precios al consumir productos y experimentar sensaciones nuevas.

Formas de hospedaje: Como se presenta en la siguiente tabla, se encuentran en la zona cuatro hoteles de alto nivel, dos de ellos catalogados como cinco estrellas, uno como cuatro estrellas y uno sin especificar, dado que se trata de una propuesta particular de Hotel Boutique de Arte que ofrece habitaciones tipo suites, diseñadas por jóvenes artistas colombianos.

HOTELES	CLASE	COSTO POR NOCHE (COP)²
Hotel Hacienda Royal	*****	\$ 129.84
Hotel Radisson Royal Bogotá	*****	\$ 200.85
Hill House Suites	****	\$ 125.60
Usaquén Art Suites	No especifica	\$ 108.64

Fuente: Elaboración propia, con base en los datos de Cotelco (Asociación hotelera y turística de Colombia)

Lo anterior confirma que efectivamente se trata de una zona con vocación turística, dado que cuatro hoteles de alto nivel en una zona pequeña, que va desde la Calle 116 a la Calle 121, es una alta concentración, considerando que son hoteles de gran magnitud, destinados principalmente a turismo de negocios, dada su cercanía al Centro Empresarial Santa Bárbara.

Adicionalmente, vemos una concentración importante de otros hoteles por fuera del núcleo fundacional de Usaquén, en el área circunvecina, entre la Calle 100 y la Calle 127. Como veremos en la siguiente tabla, se encuentran 38 hoteles en esta área, que generan un impacto alto en el turismo de Usaquén, pues aunque estén un poco más alejados, la visita a Usaquén es paso obligado para quien hace turismo y se hospeda en el norte de la ciudad.

²Valores convertidos a USA Dólar.

CLASE	CANTIDAD	RANGO COSTO MÍNIMO ³
***	2	67,30– 74,19
****	2	86,38–197,14
*****	12	104.40–249.07
No especifica	26	47.16–143.61

Fuente: Elaboración propia, con base en los datos de Cotelco (Asociación hotelera y turística de Colombia)

Apreciamos que estos hoteles siguen la misma línea de los que se encuentran en el núcleo fundacional de Usaquén: se encuentran 12 hoteles cinco estrellas, dos cuatro estrellas e igualmente dos tres estrellas, con un costo por noche que va desde \$67.30 hasta \$249.07, lo que evidencia que se trata de hoteles costosos. Incluso los que no están catalogados por su calidad tienen un costo entre \$47.16 y \$143.61; y aunque sean más sencillos que los otros, tampoco son económicos.

Con base en todos estos datos, se puede decir que el turista de Usaquén es de alto nivel económico, que busca comodidad y seguridad, a la vez que es consumidor de prácticas y productos culturales exclusivos. Valora la belleza y bohemia del centro histórico a la vez que reclama una alta calidad en los productos y servicios que consume, y probablemente prefiera el núcleo fundacional de Usaquén, comparado con el centro tradicional de La Candelaria. Como espacio fundacional, La Candelaria también ofrece espacios de consumo y esparcimiento cultural muy versátiles. No obstante, las ofertas de Usaquén pueden catalogarse como más seleccionadas y mucho más costosas, en un ambiente de relativa seguridad y cercanía al lugar de hospedaje.

Rutas turísticas: Se encontró registro de seis rutas turísticas que incluyen el recorrido por Usaquén desde diferentes perspectivas, ellas son:

- *Caminata desde el Parking Internacional:* se trata de un recorrido enfocado en la admiración de la arquitectura colonial y el mercado artesanal. De esta forma plantea un detallado paseo por muchas de las casonas antiguas, visitadas por su belleza arquitectónica,

³³Valores convertidos a USA Dólar.

pero también para conocer las propuestas de establecimiento comerciales, de forma que se visitan los bares y restaurantes más reconocidos que devienen atractivos turísticos por su innovación. Este recorrido se complementa con la visita a diferentes talleres y tiendas artesanales de muy diversa naturaleza: no sólo mercados de pulgas sino también diferentes asociaciones y organizaciones artesanales de tejidos, marroquinerías, artículos en hierro, alfombras, velas, anticuarios, entre otros, para finalmente arribar a la Plaza de Usaquén.

- *Paseo en bicicleta*: tiene como punto de partida el Centro Comercial Unicentro y toma la Carrera 9 para apreciar los cerros orientales y el crecimiento urbano, hasta llegar al núcleo fundacional de Usaquén, visitando su patrimonio histórico.
- *Recorrido por la vieja Usaquén*: Esta ruta se concentra en la visita a instituciones y equipamientos culturales más representativos de la zona; y se complementa con un acercamiento a las tiendas y almacenes de moda y artesanales más antiguos e innovadores de la zona, junto con los restaurantes y bares más reconocidos que también en esta propuesta se configuran como atractivos turísticos. Como los anteriores recorridos, éste termina en la Plaza de Usaquén.
- *Usaquén cultural*: se realiza un recorrido por los hoteles de la zona hasta llegar a la Hacienda del Cedro, lugar del Museo Francisco de Paula Santander, donde se aprecia un montaje teatral sobre la vida de este prócer, de aproximadamente hora y media. De allí se parte hacia el Club de la Aguadora, para observar la panorámica de la ciudad, pasando luego al centro histórico de Usaquén y concluir en el restaurante Quinta de Usaquén.

Como se puede apreciar, todas estas rutas generan propuestas que parten de la valoración de Usaquén como Centro Histórico. Aunque algunas se concentren sólo en atractivos histórico-monumentales, la mayoría de ellas incluyen acercamientos al patrimonio inmaterial de la zona, lo que entraña una experiencia significativa para el turista desde el punto de vista de las prácticas culturales.

CONCLUSIONES

Se puede concluir que el turismo cultural en Usaquén se da a partir del proceso de patrimonialización gestionado por las instituciones y sus políticas culturales, bajo una concepción

del patrimonio dotado de sentido a través de las prácticas culturales, que generan espacios para que se configuren sujetos⁴ y objetos de patrimonialización, que en ningún caso se dan de forma espontánea, sino como resultado de la aplicación de políticas sobre el patrimonio, preservándolo y posibilitando nuevos espacios que resignifican el espacio social.

A través de esta gestión institucional también se evidencia la orientación bidireccional dirigida tanto hacia la preservación como hacia la promoción del patrimonio. Usaquén no sería lo que es hoy, si solo contara con los monumentos y la arquitectura colonial, pues es la dinámica que allí se da lo que posibilita actividades turísticas entorno al consumo cultural.

En el caso concreto de Usaquén, se da un tipo de turismo cultural basado en el consumo de productos y servicios culturales de un alto grado de calidad y selección, que confirman nuevamente todos los procesos de significación y representación ligados al proceso de consumo, que en este caso alude a factores de distinción y a la adquisición de productos generadores de experiencias culturales que llegan a patrimonializarse.

En este sentido, el tipo de turismo de Usaquén está dado más en términos de consumo que de cantidad de bienes culturales, puesto que no hay una concentración muy significativa de los tradicionales atractivos históricos, tales como monumentos y museos, comparado por ejemplo con los del centro de la ciudad. De forma que se trata de un proceso, si se quiere mucho más artificial, como resultado de una eficiente gestión institucional, que ofrece un momento de esparcimiento muy particular, donde priman las prácticas sobre la monumentalización.

Paralelo a este proceso local, confluye una orientación en las políticas distritales para darle a la ciudad una vocación turística en general, y predominantemente especializada en turismo cultural, que a su vez empieza a generar un movimiento de inversión de capitales privados en infraestructura turística.

En el caso de Usaquén, esta inversión privada ya estaba dada entorno a las propuestas gastronómicas de la zona Gourmet, los bares y pubs existentes, pero que se complementa y fomenta con la incursión del sector hotelero a su vez motivado por la concentración del sector empresarial que demanda servicios turísticos. Estos factores terminan impactando sobre el turismo de Usaquén, que de forma cíclica plantea propuestas culturales que atraen turistas, quienes a su vez demandan

⁴Actor que otorga el significado y valoración de patrimonio a un objeto, para que éste exista como objeto patrimonial.

productos y servicios multiculturales que nuevamente fomentan la creación permanente de nuevas propuestas.

Así se ha configurado el sector de Usaquéen como un espacio de bohemia y cultura en el norte de la ciudad, que cumpliendo las funciones de representación del Centro Histórico. Pese a su carácter local, genera experiencias significantes para los ciudadanos que tras la explosión de las dinámicas urbanas, buscan nuevos espacios de significación en una ciudad que por su complejidad, dinámicas sociales y flujos de movimiento empieza a ser policéntrica y a adecuar espacios resignificados y puestos en función de sus necesidades con nuevos usos sociales, a los que se suman la visita e impacto de los turistas nacionales e internacionales.

Usaquéen se configura como una de las nuevas centralidades de Bogotá junto con muchos otros nodos que se han ido definiendo, pero que sólo en Usaquéen logra tener las características de centro histórico fusionado con una dinámica social muy intensa. Adicionalmente ofrece una alta gama de productos y servicios culturales, que sin perder su esencia de valor de uso como factores de distinción y sentido, plantea un valor de cambio para su adquisición, que fomenta la cultura a la vez que dinamiza la economía, a través del consumo cultural.

BIBLIOGRAFÍA

Aguilar, A. (Junio de 2010). *Entre el concepto de centro histórico y el descubrimiento del código genético del lugar*. Recuperado el 01 de 08 de 2012, de <http://www.cicopar.com.ar/ponencias.htm>

Augé, M. (1998). *El Viaje Imposible*. Barcelona: Gedisa.

Barbosa, M. E. (2007). *La política del turismo cultural y el diseño de producto turístico para el turismo cultural: Caso: corredor turístico Bogotá-Boyacá-Santander*. Revista EAN (60), 105-122.

Barretto, M. (2007). *Turismo y Cultura*. Tenerife: Colección PASOS edita.

Barretto, M. (2011). *Turismo, Cultura y Sociedad: Tradición y Modernidad*. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. www.pasosonline.org , 9, 1-5.

Braudel, F. (1974). *Civilización material y capitalismo*. Barcelona: Ed. Labor, S.A.

Capel, H. (2002). *La morfología de las ciudades*. Barcelona: Del Serbal.

Castells, M. (1996). *La sociedad de la información*. Buenos Aires: Paidós.

Cerlett, A. (Junio de 2010). *CICOP. Los Centros Históricos y las transformaciones urbanas*. Recuperado el 01 de 08 de 2012, de <http://www.cicopar.com.ar/ponencias.htm>

- Departamento Administrativo de Planeación. (2008). *Monografía Localidad de Usaquén*. Bogotá: Alcaldía Mayor de Bogotá
- García Canclini, N. (1993). *Ciudad y consumidores*. México: Grijalbo.
- García Canclini, N. R. (2007). *Políticas culturales y consumo cultural urbano*. En N. G. Canclini, *La antropología urbana en México* (págs. 168-195). México: Fondo de Cultura Económica.
- IDT. (2010). IDT. Recuperado el 16 de Julio de 2012, de *Inventario de Atractivos Turísticos de Bogotá*: <http://www.bogotaturismo.gov.co/inventario-de-atractivos-tur-isticos>
- IDT. (21 de Septiembre de 2011). Observatorio de turismo. Recuperado el 22 de Junio de 2013, de <http://www.bogotaturismo.gov.co/noticias/idt-lanza-observatorio-tur-stico-con-cifras-impactantes>
- Palacio, A. P.-D. (2006). *Construcción de lugares - patrimonio*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Ruiz, M. D. (2000). *Trivialidad y trascendencia. Usos sociales y políticos del turismo cultural*. Turismo cultural: el patrimonio El patrimonio histórico como fuente de riqueza , 1-34.
- Sánchez, J. (2004). *Turismo e Industria Cultural*. Jornades de Foment de la Investigació. Universitat Jaume , 1-11.
- Santana Talavera, A. U.-E.-7. (2003). *Turismo cultural, culturas turísticas*. Horizontes Antropológicos , 9 (20), 31-57.
- Santos, M. (2000). *La naturaleza del espacio. técnica y tiempo, razón y emoción*. Barcelona: Ariel geografía.
- Secretaría de turismo de México. Centro de estudios superiores en turismo. (2001). *El turismo cultural en México*. Recuperado el 02 de 08 de 2011, de SECTUR: www.sectur.gov.mx
- Simmel, G. (1988). *El espacio de la sociedad*. Ediciones Península.
- UNESCO. (1982). *Conferencia Mundial de la UNESCO en México*. Recuperado el 28 de Septiembre de 2011, de Conferencia Mundial de la: http://portal.unesco.org/culture/es/files/12762/11295424031mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf
- UNESCO. (2012). *Encuentro internacional de Turismo Cultural en América Latina*. Ciudad de México: Unesco.
- Vaquero, M. (2009). *La ciudad histórica como destino turístico*. Barcelona: Gedisa
- Zallo, R. (1988). *Economía de la comunicación y de la cultura*. Bilbao: Akal.