

CUADERNOS DE INVESTIGACIÓN

2

# Espacio y territorio: **desde lo social hasta lo cultural.**

SEMILLERO: GREEN POLITICS



**Catalogación en la fuente: Biblioteca Universidad EAN**

Bedoya López, Danna Isabel.

Espacio y territorio: desde lo social hasta lo cultural. / Danna Isabel Bedoya López...[y otros cinco].

Descripción: 1a edición / Bogotá: Universidad EAN, 2018.  
176 páginas

Serie: (Cuaderno de semilleros; 2) (Semillero: green politics)

9789587565768 (electrónico 2018)

1. Turismo cultural 2. Barrio La Candelaria (Bogotá, Colombia) 3. Turismo -- Aspectos sociales 4. Público de exhibiciones de arte  
I. Osorio Torres, Diego Mauricio II. Velasco Duarte, Nathalia Andrea III. Vanegas Leguizamo, Diana Sabine IV. Bitar Rivera, Itzhak Camilo V. Duarte Pedraza, Valentina.

338.4791 CDD23

**Edición**

Gerencia de Investigaciones

**Gerente de Investigaciones**

H. Mauricio Diez Silva

**Coordinadora de Publicaciones**

Laura Cediél Fresneda

**Revisor de estilo**

Sonia Sánchez Galindo

**Diagramación y finalización**

Ana Sofía Patiño Peláez

Alvaro Leonel Guerrero Castiblanco

**Diseño de carátula**

Ana Sofía Patiño Peláez

Publicado por Ediciones EAN, 2018.

Todos los derechos reservados.

ISBN: 9789587565768

©Universidad EAN, El Nogal: Cl. 79 No. 11 - 45. Bogotá D.C., Colombia, Suramérica, 2018  
Prohibida la reproducción parcial o total de esta obra sin autorización de la Universidad EAN®

©UNIVERSIDAD EAN: SNIES 2812 | Personería Jurídica Res. n°. 2898 del Minjusticia - 16/05/69 | Vigilada Mineducación. CONACREDITACIÓN INSTITUCIONAL DE ALTA CALIDAD, Res. N° 29499 del Mineducación 29/12/17, vigencia 28/12/21

Producido en Colombia.

# TABLA DE CONTENIDOS

## LA CANDELARIA, UNA AVENTURA COLONIAL LLENA DE RECORRIDOS

6

1. INTRODUCCIÓN .....	8
2. METODOLOGÍA .....	9
3. RESULTADOS .....	10
3.1 MUSEOS .....	13
3.2 IGLESIAS .....	14
3.3 BIBLIOTECAS .....	15
3.4 CENTROS CULTURALES .....	15
3.5 TEATROS .....	15
3.6 ENTIDADES GUBERNAMENTALES ..	16
4. CONCLUSIÓN .....	24
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	26

1. INTRODUCCIÓN .....	30
2. MATERIALES Y MÉTODOS .....	32
3. ANTECEDENTES .....	38
4. ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO DE LA CALERA .....	39
5. OBJETIVO NO. 6 DE DESARROLLO SOSTENIBLE .....	43
6.RESULTADOS .....	49
7. DISCUSIÓN .....	53
8. CONCLUSIONES .....	54
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	55

28

## EL DESAFÍO QUE ENFRENTA EL MUNICIPIO DE LA CALERA

3

## EL ESPACIO EN LA CANDELARIA COMO EXPERIENCIA Y ATRACTIVO TURÍSTICO

58

1. INTRODUCCIÓN .....	60
2. METODOLOGÍA .....	61
3. HISTORIA EN LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS ..	61
4. TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO .....	64
5. UNA EXPERIENCIA EN CUANTO AL ESPACIO..	67
6. CONCLUSIÓN .....	69
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	70

**ARTE Y EDUCACIÓN,**  
UN NUEVO CAMINO  
PARA LA FORMACIÓN  
DE PÚBLICOS EN LAS  
**FERIAS DE ARTE  
DE AMÉRICA**

73

1. INTRODUCCIÓN ..... 74

2. METODOLOGÍA ..... 83

3. IDENTIFICACIÓN DE FERIAS  
CON FORMACIÓN DE PÚBLICOS ..... 83

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE  
ENCUESTA CONSUMO  
CULTURAL DANE 2014 ..... 85

5. CONCLUSIONES ..... 93

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS ..... 96



## Resumen

La Candelaria es la localidad número 17 de la ciudad de Bogotá, reconocida por ser la zona histórica de la capital colombiana. Esta localidad se ha ido posicionando como uno de los lugares más turísticos y emblemáticos de la ciudad, gracias al atractivo que ofrece con base en su diversidad cultural, arquitectónica, gastronómica e histórica. En consecuencia, esto motiva la presencia de 30 empresas, entre privadas y públicas, que brindan diversos tipos de recorridos turísticos. El presente artículo es el resultado de la investigación adelantada en La Candelaria, tomando como eje central los recorridos ofertados.

## Palabras clave

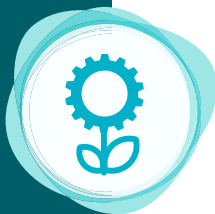
*La candelaria, una aventura colonial llena de recorridos*

## Abstract

*La Candelaria is the locality number 17 in the city of Bogota, recognized for being the historical center of the Colombian capital. This locality has been positioned as one of the most touristic and emblematic places in the city, thanks to the attraction that it offers based on its cultural, architectural, gastronomic and historical diversity. Consequently, this motivates the presence of 30 companies, between private and public that offer different types of sightseeing tours. This article is the result of the research that was carried out in La Candelaria, taking the routes that are offered as a central axis.*

## Keywords

*Cultural tourism, sightseeing tours, La Candelaria, Bogota.*



**Camilo Bitar**

Estudiante de Lenguas Modernas, Universidad EAN

**Valentina Duarte**

Estudiante de Lenguas Modernas, Universidad EAN

# **LA CANDELARIA,** UNA AVENTURA **COLONIAL** LLENA DE RECORRIDOS

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo es, sin duda alguna, una de las actividades más antiguas, productivas e importantes para el desarrollo económico y social del mundo de acuerdo con Ibáñez y Rodríguez (2007); aunque en sus inicios era considerada una actividad (el gran tour) que pertenecía exclusivamente a personas de la nobleza, posteriormente, con la aparición de la clase media, pasó a ser una actividad realizada por gran parte de la población. Adicionalmente, gracias a la evolución de los medios de transporte el turismo tomó un rumbo diferente y se convirtió en una de las actividades más significativas para potenciar la economía y promocionar atractivos de los países.

En Colombia, la promoción de la actividad turística en el exterior se ha triplicado durante los últimos cinco años, gracias a que sus principales ciudades han brindado a los turistas experiencias llenas de cultura y diversidad, como se puede evidenciar en la capital colombiana. Bogotá, es considerada como el principal destino turístico de Colombia y uno de los principales de Latinoamérica, de acuerdo con el Instituto Distrital de Turismo, gracias a la oferta turística que brinda a sus visitantes.

Dentro de la capital del país se pueden encontrar zonas bastante atractivas, como por ejemplo La Candelaria, una localidad llena de historia y cultura que con el paso de los años se ha posicionado con fuerza en el sector del turismo, debido a que gran parte de los lugares históricos y emblemáticos de la



ciudad como museos, iglesias, bibliotecas, plazas, entre otros, se encuentran en este sector.

En el presente artículo se caracterizan los recorridos ofertados por 30 de las empresas prestadoras de servicios turísticos en la localidad de La Candelaria, con base en los mapas y las matrices realizadas durante la investigación, ya que cada una de dichas empresas brindan servicios diferentes, con diversas características y metodologías.

## 2. METODOLOGÍA

En cuanto al proceso metodológico de la presente investigación se realizó una recopilación de datos de fuentes secundarias, con el fin de obtener un panorama claro sobre la actividad turística a través de los años, así como definir los conceptos clave para el presente estudio. Adicionalmente, se elaboraron algunas matrices para identificar las diferentes empresas prestadoras de servicios turísticos en La Candelaria; sin embargo, esta información fue dividida en dos partes. En primera instancia, se realizó una matriz de acuerdo con 30 empresas prestadoras de servicios turísticos y sus pertinentes direcciones, URLs, correos, teléfonos y recorridos ofrecidos. Posteriormente, en la segunda matriz se analizó con mayor detalle a dichas empresas de acuerdo con su grado de participación del Estado, la tipología de recorridos que ofrecen, los precios finales de sus paquetes turísticos y su localización geográfica dentro de la ciudad. Con

base en la información recopilada se elaboraron algunos gráficos que reflejan el resultado de esta parte de la investigación, lo cual permite analizar y tener una visión más clara sobre los recorridos prestados por dichas empresas.

Para realizar una caracterización adecuada de los recorridos ofertados, se elaboraron cuatro mapas para delimitar las zonas a recorrer y así conocer los lugares más interesantes y concurridos por los turistas dentro de la localidad de La Candelaria.

### 3. RESULTADOS

Recorrer La Candelaria no es solamente realizar diferentes trayectos por los distintos atractivos que forman parte de esta, también significa adentrarse en la historia y la cultura de la ciudad de Bogotá, sin dejar de lado todos los componentes adicionales que hoy la caracterizan. A través de los años, esta localidad ha sido considerada como el lugar más emblemático de la capital colombiana, pues allí se inició la fundación y construcción de las primeras edificaciones de la ciudad que junto con su estilo colonial (caracterizado por balcones, techos elaborados en teja de barro y coloridas casonas gracias a la influencia española), hacen de La Candelaria un lugar único para visitar.

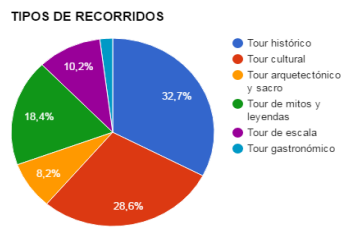
Dentro de esta localidad se puede apreciar gran parte de

la oferta turística de la ciudad de Bogotá, ya que muchos de los lugares y espacios de interés cultural e histórico se encuentran concentrados dentro de La Candelaria, lo que permite que el gobierno y las diferentes empresas prestadoras de servicios turísticos impulsen potencialmente el turismo dentro de este sector, con el fin de desarrollar y mejorar el tejido económico y social de esta misma (Revista Semana, 2012).

Por otra parte, es importante resaltar que el turismo tiene la posibilidad de brindar experiencias auténticas basadas en las historias y las anécdotas de toda una cultura; en el caso de La Candelaria, al ser uno de los destinos turísticos con más historia y tradición, permite que las empresas privadas o públicas, las entidades y las organizaciones del Estado brinden diferentes recorridos sobre este espacio turístico. En el caso de las 30 empresas turísticas seleccionadas para esta investigación, se evidencia que estas manejan una variedad de recorridos, lo cual permite que dichas compañías caractericen los recorridos turísticos a realizar con base en diferentes factores como por ejemplo: la lengua materna de los turistas, los recorridos por temporada, el medio de transporte en el sector en el cual se realiza el recorrido, los lugares más atractivos de la localidad y el valor agregado que pueden darle a cada uno de ellos.

De acuerdo con este análisis, se evidencia que los tipos de recorridos ofertados por dichas empresas son los presentados a continuación.

**Figura 1.** De acuerdo con la tipología de recorridos los ofertados.



**Fuente.** Elaboración propia.

Con base en la Figura 1, se observa que los recorridos más ofertados dentro de La Candelaria son de carácter cultural, los cuales representan el 28,6%; histórico, con un 32,7%; y de mitos y leyendas, representan el 18,4% del total de los recorridos, esto debido a que, como se ha mencionado antes, La Candelaria es la zona con más historia y cultura de la ciudad de Bogotá. Por otra parte, se evidencia que un 10,2% de los recorridos hacen parte de los tours de escala<sup>1</sup>, los cuales son ofrecidos masivamente por estas empresas con el fin de captar turistas.

El 10% restante se reparte entre los recorridos arquitectónicos y gastronómicos, ya que allí se encuentran lugares importantes para realizar este tipo de recorridos, como por ejemplo el restaurante La Puerta Falsa, uno de los más antiguos y tradicionales de la capital colombiana. Este lugar, con más de 200 años de historia, ofrece toda una variedad culinaria de la

<sup>1</sup> Hace referencia a los tours que son realizados por turistas cuando hacen vuelos de escala en una ciudad, esto permite que durante el tiempo que están en determinada ciudad, estos puedan visitar los lugares más atractivos antes de abordar su próximo vuelo.

comida tradicional santafereña. Sumado a esto, es importante resaltar que dentro de estos recorridos culturales e históricos se abarcan lugares arquitectónicamente importantes para la ciudad de Bogotá, como por ejemplo La Catedral Primada, declarada monumento nacional en 1975, mediante el Decreto 1584 del 11 de agosto, entre otros.

Adicionalmente, se identificaron tres recorridos turísticos brindados por dos de las empresas seleccionadas. Con el fin de caracterizarlos e identificar los lugares turísticos existentes en La Candelaria, se realizaron cuatro mapas presentados continuación. En primera instancia, se enumeran los puntos atractivos de este sector:

### 3.1 MUSEOS

- Casa Museo Francisco José de Caldas.
- Museo del siglo XIX.
- Museo de Artes y Tradiciones Populares.
- Museo Arqueológico Casa del Marqués de San Jorge.
- Museo Histórico de la Policía Nacional.
- Museo Santa Clara.
- Museo Ciencias de la Salud.
- Museo de Arte Colonial.
- Museo de Trajes Regionales de Colombia.
- Museo Botero.
- Museo Militar de Colombia.

- Casa de la Moneda.
- Museo de Arte del Banco de la República.
- Museo de La Salle.
- Museo Quinta de Bolívar.
- Museo de la Independencia – Casa del Florero.
- Museo Sala de las Custodias.
- Museo de Bogotá.

## 3.2 IGLESIAS

- Iglesia de Santa Bárbara.
- Iglesia Nuestra Señora de Belén.
- Iglesia de San Agustín.
- Iglesia de San Ignacio de Loyola.
- Capilla del Sagrario de la Catedral de Bogotá.
- Catedral Primada de Colombia.
- Iglesia de Nuestra Señora de la Concepción.
- Iglesia de la Bordadita.
- Capilla Ermita de San Miguel del Príncipe.
- Iglesia de Nuestra Señora de las Aguas.
- Iglesia de Nuestra Señora de La Candelaria.
- Santuario Nacional de Nuestra Señora del Carmen.

### 3.3 BIBLIOTECAS

- Biblioteca del Congreso de la República de Colombia.
- Hemeroteca Digital Histórica.
- Biblioteca Luis Ángel Arango.

### 3.4 CENTROS CULTURALES

- Fundación Gilberto Álzate Avendaño.
- Casa de Poesía Silva.
- Fundación Rafael Pombo.
- Centro Cultural Gabriel García Márquez.
- Casa de la Cultura de La Candelaria.

### 3.5 TEATROS

- Teatro Camarín del Carmen.
- Teatro Taller de Colombia.
- Teatro Colón de Bogotá.
- Teatro Delia Zapata Olivella.
- Fundación Teatro Estudio Calarcá- TECAL.
- Teatro Libre Centro.
- Corporación Colombiana de Teatro Sala Seki Sano.
- Teatro La Candelaria.
- Teatro La Quinta Porra.
- Teatro El Local.
- Teatro al aire libre- La Media Torta.
- Teatro Espacio Odeón.

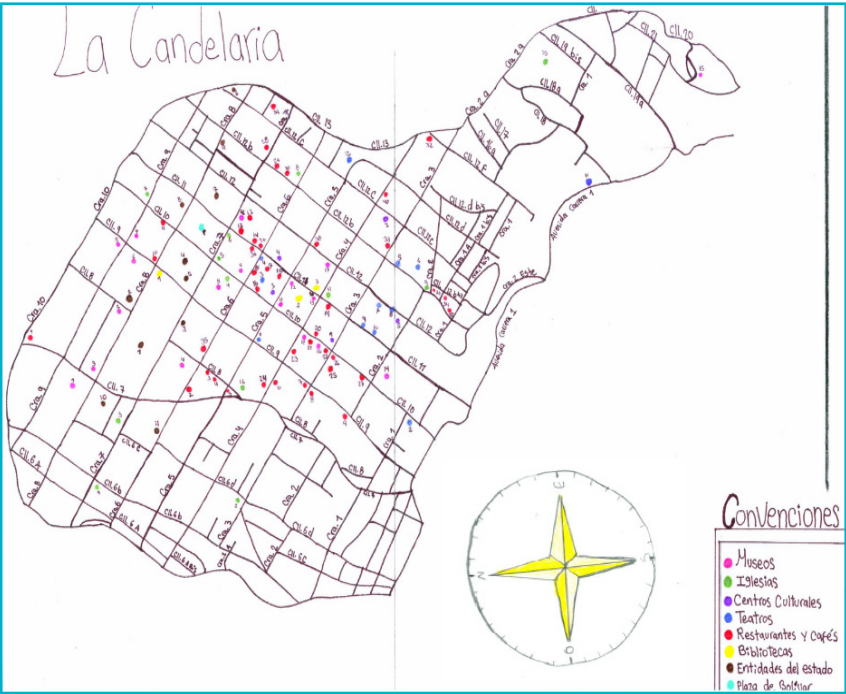
## 3.6 ENTIDADES GUBERNAMENTALES

- Palacio de Nariño.
- Palacio de San Carlos.
- Edificio del Senado.
- Capitolio Nacional.
- Congreso de la República.
- Ministerio del Interior y Justicia.
- Palacio de Justicia.
- Palacio Liévano.
- Edificio Murillo Toro.
- Ministerio de Hacienda.
- Archivo General de la Nación.

En cuanto a los recorridos, primero se realizó un mapa base para lograr identificar los principales atractivos de la localidad de La Candelaria.



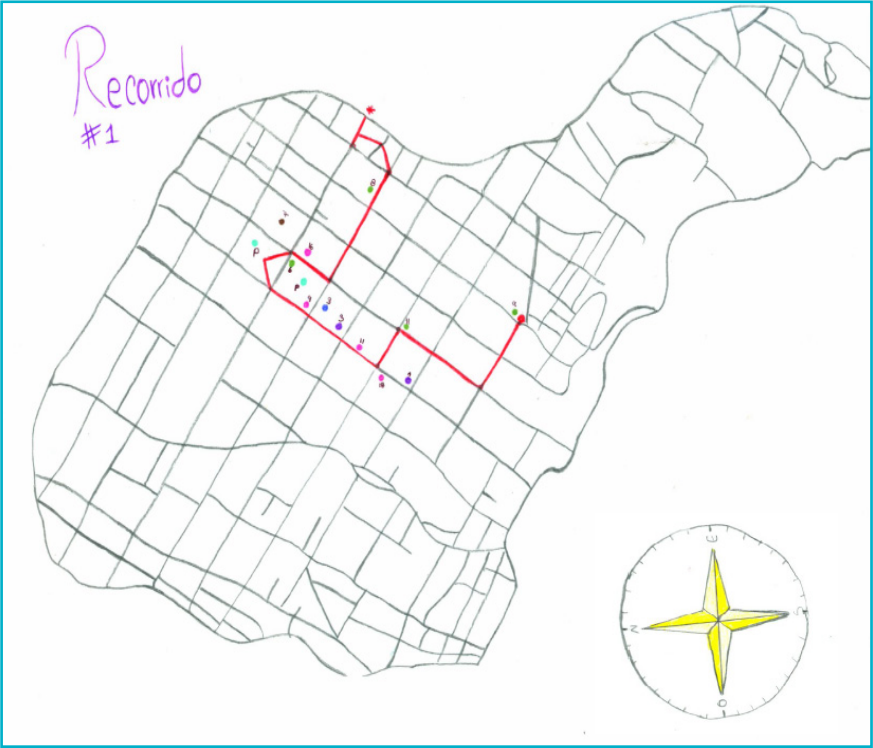
**Figura 2.** Mapa base



**Fuente.** Elaboración propia.

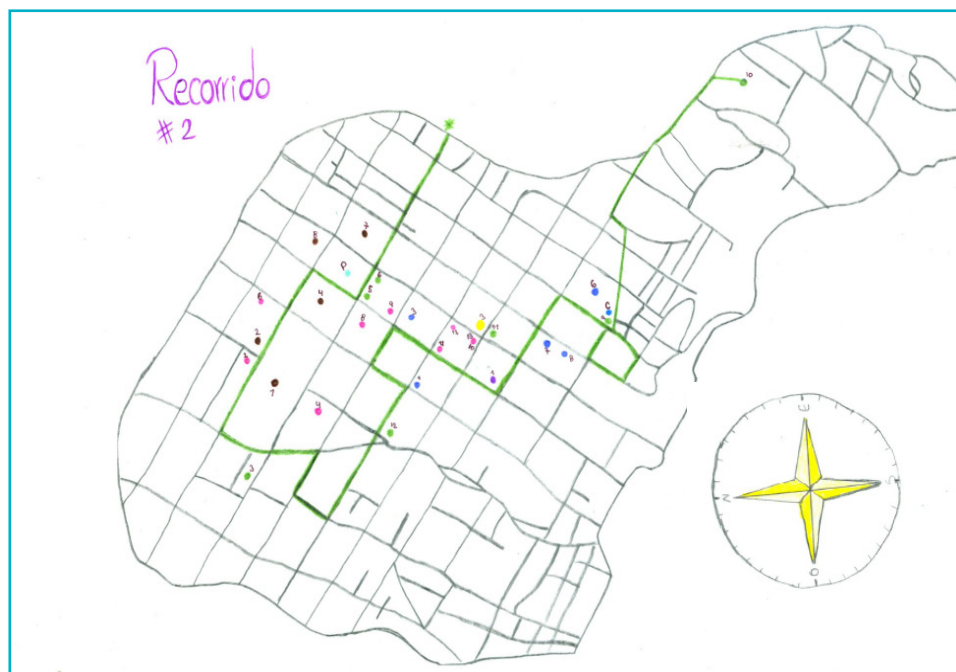
Con base en la Figura 2 se elaboraron los siguientes mapas, los cuales hacen referencia a dos tipos recorridos turísticos ofrecidos por el Instituto Distrital de Turismo, entidad encargada de promover el desarrollo económico a través del sector del turismo en Bogotá.

**Figura 3.** Recorrido 1



**Fuente.** Elaboración propia.

Como se observa en la Figura 3 el trayecto a realizar es muy interesante, ya que si bien el recorrido no es muy extenso, cuenta con paradas en puntos cultural e históricamente atractivos para el turista, así como importantes para la ciudad de Bogotá y la localidad de La Candelaria como son: el Chorro de Quevedo, la Plaza de Bolívar, la Catedral Primada, el Teatro Colón de Bogotá y la Fundación Rafael Pombo, entre otros.

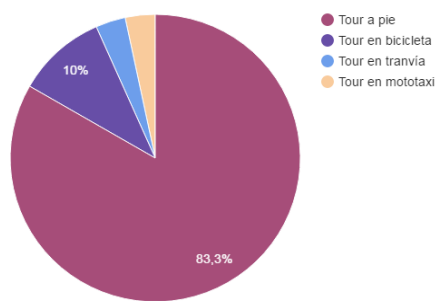
**Figura 4.** Recorrido 2.

**Fuente.** Elaboración propia.

En la Figura 4 se identifica otro recorrido extenso a resaltar, este comienza desde la Iglesia de Nuestra Señora de Las Aguas y luego baja hasta el Chorro de Quevedo, para realizar un trayecto por todo el centro de la ciudad al visitar lugares como: el Teatro Colón de Bogotá, el Teatro de La Candelaria, el Museo de Arte del Banco de la República, el Museo Botero, el Museo Militar, la Biblioteca Luis Ángel Arango, la Plaza de Bolívar y La Catedral Primada, entre otros.

Por otra parte, se evidencia que las 30 empresas seleccionadas brindan diferentes medios de transporte para poder realizar los recorridos, lo que le permite al turista estar a gusto de acuerdo con sus preferencias. Con base en este análisis se generó la siguiente figura:

**Figura 2.** Recorridos con base en el medio de transporte ofertado.



**Fuente.** Elaboración propia.

Como aspecto positivo, se evidencia que las empresas de servicios turísticos seleccionadas, ofrecen variedad de medios de transporte para poder visitar La Candelaria. Como se observa en la Figura 2, esta variedad se basa principalmente en: recorridos a pie (83,3%), recorridos en bicicleta (10%), en moto taxi (3,3%) y en tranvía (3,3%), forma característica recorrer La Candelaria.

Es aquí donde se identifica que más de la mitad de los recorridos se ofrecen a pie, la cual es sin duda alguna una de las formas más típicas y antiguas de recorrer esta localidad, pues le permite al turista tener una percepción más amplia de

todos los componentes que caracterizan al sector y a su vez, le brinda un panorama más claro sobre la historia bogotana; como lo hace por ejemplo, el famoso septimazo, una especie de tradición creada en la década de los 40 por los bogotanos, con el fin de recorrer y construir un espacio de reunión y entretenimiento. Antiguamente, la carrera séptima era conocida como la Calle Real del Comercio, ya que, esta conectaba los nodos iniciales de la ciudad, como lo eran la Plaza de las Yervas (actual Parque Santander), la Plaza Mayor (actual Plaza de Bolívar) y los almacenes y tiendas más distinguidos de la época.

La carrera séptima ha sido una de las rutas más simbólicas de Bogotá, debido a que se encuentra ligada al desarrollo cultural y urbano de la ciudad, adicionalmente, ha sido considerada como uno de los principales escenarios de las diferentes manifestaciones del país a lo largo de la historia. De acuerdo con un artículo publicado por la Universidad del Rosario en el año 2016, el primer septimazo se realizó el 9 de abril de 1948 como resultado de la muerte del candidato presidencial Jorge Eliécer Gaitán perteneciente al partido liberal.

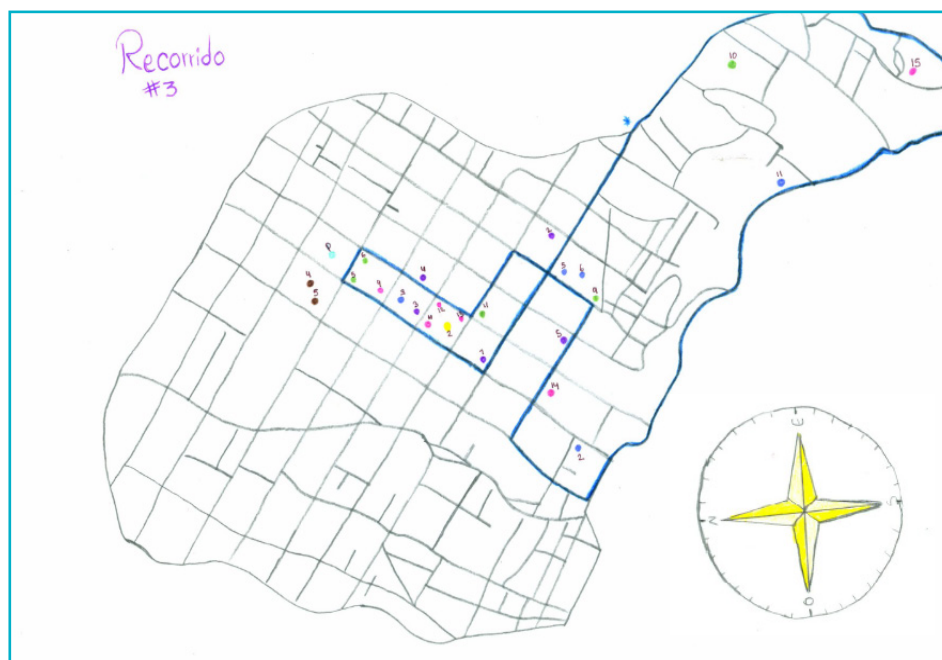
Aunque por la carrera séptima han transitado carros, carruajes, caballos, buses y el tranvía, entre otros medios de transporte, desde la administración del señor Luis Eduardo Garzón, se inició un proceso de peatonalización que busca impulsar el turismo, crear inclusión social y generar un impacto sobre las condiciones de acceso al espacio público en esta parte de la localidad de La Candelaria. Además, se puede observar que las posteriores administraciones retomaron este concepto de peatonalización

por la carrera séptima con el fin de promover la amplia diversidad cultural que actualmente tiene la ciudad, sin dejar a un lado elementos característicos de esta tradición «cachaca».

Por otra parte, se observa que los recorridos en tranvía representan el 3,3%, lo cual hace que estos trayectos sean cada vez más interesantes para el turista, pues este puede adentrarse un poco más en la cultura bogotana, ya que el tranvía fue un factor importante para el desarrollo de la ciudad de Bogotá. Inaugurado en 1884, este medio de transporte ha fortalecido el desarrollo de La Candelaria, pues la primera línea hacía un recorrido por toda la carrera séptima hasta llegar a la Plaza de Bolívar y terminar en la localidad de Chapinero.

En 1910 se implementó el tranvía eléctrico, sin embargo, después de la muerte de Jorge Eliécer Gaitán decidieron acabar con este sistema de transporte ciudadano, razón por la cual, en el año 1951 (durante la administración del alcalde Fernando Mazuera Villegas) el tranvía dejó de funcionar. Actualmente, la empresa Tranvía Bogotá, ofrece un recorrido turístico por La Candelaria en tranvía, con el fin de recuperar toda esa tradición bogotana y brindarle al turista un recuento de la historia, no sólo de este medio de transporte sino también de los lugares más atractivos que tiene La Candelaria. En la Figura 4 se puede observar el recorrido ofrecido en tranvía.

**Figura 4.** Recorrido en tranvía.



**Fuente.** Elaboración propia.

Se evidencia que este es uno de los recorridos turísticos más interesantes ofrecidos actualmente en La Candelaria, pues la experiencia en el tranvía hace que el recorrido sea aún más agradable.

Durante este recorrido se muestran algunos de los principales atractivos de La Candelaria como lo son: el Centro Cultural Gabriel García Márquez, el Teatro Colón de Bogotá, el Museo Militar de Colombia, la Iglesia de Nuestra Señora de Las Aguas, el Museo Quinta de Bolívar, el Chorro de Quevedo, la Capilla Ermita de San Miguel del Príncipe, la Fundación Gilberto Álzate Avendaño, la Plaza de Bolívar y el Palacio de San Carlos;

no obstante, es importante resaltar que durante este trayecto el turista también puede observar diferentes museos, iglesias, teatros, entre otros, que si bien no están explícitamente ofrecidos dentro del recorrido son componentes importantes dentro de esta localidad.

Sin duda alguna, los recorridos realizados son bastante adecuados para los turistas que deseen conocer más sobre la ciudad, la cultura «cachaca» y la localidad de La Candelaria, ya que dentro de estos trayectos los turistas pueden empaparse de las costumbres y tradiciones que nos caracterizan, además de visitar lugares atractivos llenos de mucha cultura e historia, lo que genera interés y recordación de nuestra ciudad y de la localidad.

## 4. CONCLUSIÓN

Actualmente, el volumen del negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles, debido a que este se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional y, a su vez, representa una de las principales fuentes de ingresos y de empleabilidad de numerosos países en desarrollo y en vía de desarrollo.

En Colombia la promoción de la actividad turística ha



permitido que el país tenga una mayor visibilidad y reconocimiento a nivel global. Como factor a resaltar se tiene que gracias al trabajo realizado en relación con el proceso de paz, la imagen del país ha mejorado en el exterior, lo que definitivamente impulsa con fuerza a este sector; por ejemplo en el 2014 los ingresos que obtuvo Colombia gracias a la actividad turística crecieron en un 4.7% en comparación con el 2013 (El Espectador, 2015).

Para nadie es un secreto que Colombia es uno de los países más diversos en cuanto a cultura, biodiversidad de flora y fauna, atractivos turísticos, entre otros; sin embargo, su capital es considerada como el principal destino turístico gracias a toda su variedad arquitectónica, histórica, cultural y gastronómica. Bogotá está dividida en 20 localidades; no obstante, de acuerdo con una encuesta de percepción realizada por la Veeduría Distrital a más de 500 personas que ofrecen servicios turísticos en la ciudad, uno de los lugares preferidos por los extranjeros es la localidad de La Candelaria, por todo el legado histórico y cultural que tiene (El Espectador, 2011).

Recorrer La Candelaria va mucho más allá de visitar los lugares turísticos que hay dentro de ella; ya que, esta localidad permite que el turista pueda hacer un recuento de la historia y la cultura bogotana a través de los recorridos ofrecidos por una gran variedad de empresas de servicios turísticos, en donde los guías construyen historias y anécdotas para que el turista pueda adentrarse cada vez más en las diferentes épocas que hicieron de La Candelaria lo que es actualmente.

Hoy en día existen empresas prestadoras de servicios turísticos dentro de la localidad de La Candelaria, lo que permite que estas impulsen el sector del turismo dentro de esta zona y que puedan ofrecer un producto turístico (recorridos) entorno a los gustos y deseos de los turistas. Por último, es importante resaltar que el mercado, al no ser estático, brinda a dichas empresas la posibilidad de innovar en la forma de prestar sus servicios turísticos y de mostrar un valor agregado dentro de estos, pues con el paso de los años La Candelaria seguirá dándole al turista algo nuevo por conocer y disfrutar.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- El Espectador. (11 de julio de 2011). *Monserate y La Candelaria sitios preferidos por turistas*. Recuperado de <http://www.elespectador.com/noticias/bogota/monserate-y-candelaria-sitios-preferidos-turistas-articulo-283525>
- El Espectador. (9 de abril de 2015). *Ingresos por turismo en el país crecieron 4,7% en 2014*. Recuperado de <http://www.elespectador.com/noticias/economia/ingresos-turismo-el-pais-crecieron-47-2014-articulo-554058>
- Revista Semana. (31 de agosto de 2012). *La carrera séptima entre el bien y el mal*. Recuperado de <http://www.semana.com/nacion/linea-ciudadana/articulo/la-carrera-septima-entre-bien-mal/263954-3>



## Resumen

Este artículo presenta el resultado del trabajo de investigación sobre la aplicación de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), en un caso concreto, para lo cual se toma el municipio de La Calera en el departamento de Cundinamarca, Colombia como escenario de análisis. Primero, se presenta una descripción objetiva sobre los componentes para el desarrollo sostenible, aplicando determinados artículos que se encuentran establecidos en el Plan de Ordenamiento Territorial respectivo del municipio. Adicionalmente, se analizan el recurso del agua entre otros recursos demográficos, que confirman el reto que significa el manejo de la hidrografía municipal colombiana.

Posteriormente se analiza, entre otros aspectos, la gestión y difusión tecnológica del aprovisionamiento de agua para todo el municipio, con base en documentos recolectados por medio de la página oficial de la Empresa de Servicios Públicos de La Calera (Espucal ESP), desde donde se brindan los servicios de acueducto y alcantarillado; se observará la información relacionada con el aprovisionamiento, el monitoreo de agua suministrada, el control de calidad del agua, la capacidad de distribución, medición y facturación, y por último, la disposición de aguas residuales que detonan la sostenibilidad que posee el municipio en cuanto a su recurso hídrico.

## Palabras clave

Agua limpia y saneamiento; fuentes hídricas; plan de desarrollo; retos sostenibles.

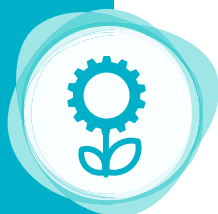
## Abstract

*This article presents the results of the research work on the application of the Sustainable Development Goals (SDG), in a specific case, for which the municipality of La Calera in the department of Cundinamarca, Colombia is taken as the analysis scenario. First, an objective description of the components for sustainable development is presented, applying certain articles that are established in the Territorial Ordinance Plan of the municipality. In addition, the water resource among other demographic resources is analyzed, confirming the challenge of managing municipal hydrography in Colombia.*

*Subsequently, it analyzes, among other aspects, the management and technological diffusion of the water supply for the whole municipality, based on documents that have been collected through the official website of the Public Services Company of La Calera - Espucal ESP, from where the water and sewerage services are provided. The information on water supply, monitoring of supplied water, water quality control, distribution, metering and billing capacity, and finally, the wastewater disposal that detonates the sustainability that the municipality has in terms of its water resource will be observed.*

## Keywords

*Clean water and sanitation, water sources, development plan, sustainable challenges.*



Danna Isabel Bedoya López

# EL DESAFÍO QUE ENFRENTA EL MUNICIPIO DE LA CALERA

## 1. INTRODUCCIÓN

Desde el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) se empiezan a plantear objetivos en cuanto a la distribución y ocupación de un territorio. Se estructura el plan basado en evidencias de cada aspecto y características que se tengan definidas por la geografía en la que se ubique. Por tal motivo, es importante analizar cómo este puede afectar en la sostenibilidad de un territorio, que de alguna u otra manera se ve involucrado directamente en la conservación del ambiente, más aún, si el territorio se encuentra en proceso de crecimiento y desarrollo como lo es el municipio de La Calera.

La región comparte con la capital crecimiento demográfico, urbano, económico y social, los cuales aporta de manera significativa a la ciudad. El desarrollo que se ha venido incrementando desde los años 90 hasta la actualidad, por parte de los planes que toman forma en la Alcaldía del municipio, evidencian un progreso municipal característico del crecimiento colombiano. Conforme va creciendo la urbanización del municipio, se va modificando el espacio territorial donde se asientan las nuevas construcciones de: vivienda, infraestructura tanto vial como industrial, minería, espacios para la actividad económica, entre otras, que afectan la sostenibilidad del suelo y pueden perjudicar las fuentes hidrográficas con las que cuenta en la actualidad.

De acuerdo con el POT (Concejo Municipal de La Calera, 2010):

El Modelo de Ordenamiento Territorial del municipio de La Calera está conformado especialmente por la estructura de protección, la de asentamientos humanos, y la de producción, debidamente articuladas y consolidadas a través de los sistemas estructurales de vías, servicios públicos, equipamientos comunales y espacio público.

Sin embargo, se ejecutan programas de desarrollo territorial con carácter urbano y por lo tanto, las demandas por parte de la población se van incrementando, incidiendo en el uso de recursos naturales.

Asimismo las grandes áreas de bosques naturales y vegetación que se encuentran en el territorio establecen límites en los que la urbanización se debe determinar, ya que la demanda de ocupación del suelo genera impactos en la estructura ambiental y por consiguiente, contamina la hidrografía.

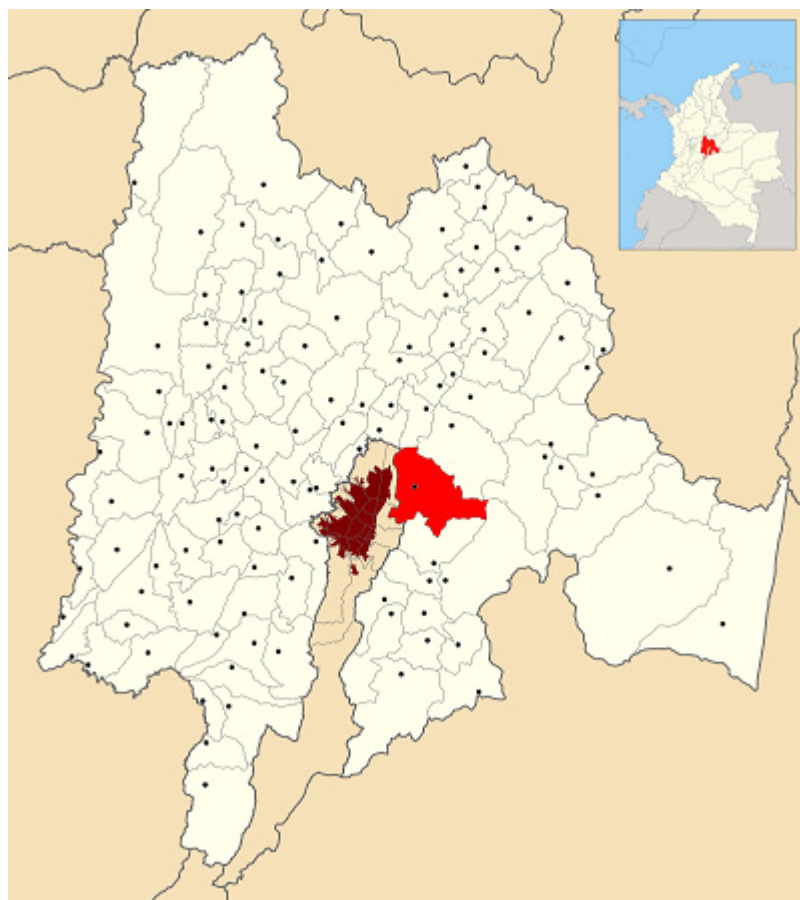
Cabe resaltar que el ordenamiento de la estructura municipal debe enfocarse hacia el bienestar en la población, ya que en ella se encuentra el desarrollo social y económico del que todo el territorio depende; operando simultáneamente con la preservación del medio ambiente. Equilibrar la ocupación demográfica y trabajar conjuntamente con la población rural y urbana del municipio permite una proyección hacia el futuro en cuanto a sostenibilidad.

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

La Calera es un municipio que se encuentra ubicado en el departamento de Cundinamarca, a 18 Kilómetros de la capital Colombiana (ver Figura 1). Según cifras del DANE para el último mes de septiembre de 2016, el municipio registró una población total de 27.878 habitantes. La Calera limita con los municipios de Guasca, Sopó y Chía por el norte; con el municipio de Guasca por el oriente; con Bogotá por el occidente y por el sur con el municipio de Choachí y Bogotá.



**Figura 1.** Mapa de Cundinamarca, Colombia.



**Fuente.** Alcaldía Municipal de La Calera ().

La alcaldesa Ana Lucía Escobar Vargas, elegida para el periodo 2016-2019 reitera en el Programa de Gobierno que «La Calera, es en estos momentos uno de los municipios más importantes, dentro del panorama nacional, por su cercanía a la capital y por sus condiciones geopolíticas». Por consiguiente, la integración regional expresa que en este municipio influye de manera inmediata, la ciudad de Bogotá. En consecuencia, es importante, promover y celebrar convenios de integración con los

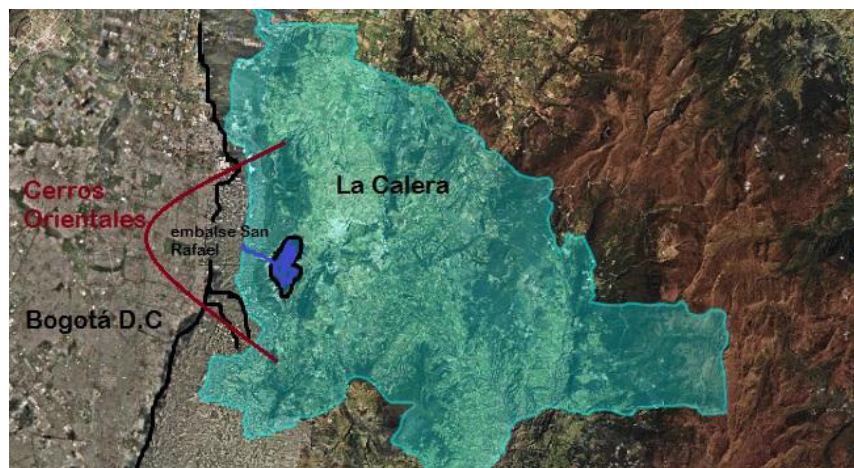
mencionados municipios y con Bogotá para el manejo conjunto de la cuenca Teusacá, y en aquellos aspectos ambientales que constituyen el objeto del plan de ordenamiento y manejo de la cuenca, elaborado por la CAR (Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca) (Concejo Municipal de La Calera, 2010).

El municipio comparte con Bogotá una región con mucho potencial verde, es la aglomeración metropolitana que presenta mayor crecimiento demográfico, funcional económico y urbano en el país; como afirman De la Hoz, Pinzón y Salamanca (2000):

Este municipio en proceso de crecimiento, está caracterizado por haberse colocado en el primer lugar en el ordenamiento urbano colombiano por su concentración de población, su actividad económica y el incremento del crecimiento urbano, así como por compartir recursos naturales y espacios territoriales que desempeñen funciones ecológicas comunes, cierta infraestructura y servicios regionales. Se distingue por tener una estructura territorial compuesta por el medio natural y sus dos unidades fisiográficas: la planicie y el sistema de cerros [(ver Figura 2)]; además de compartir el área agrícola de la Sabana y de usos rurales y urbanos del suelo y la estructura radial del sistema vial y de transporte.

El desarrollo de este municipio continúa en crecimiento demográfico, aumentando en la demanda de suelo, empleo, vivienda, servicios, infraestructuras y espacio para la actividad económica.

**Figura 2.** Mapa catastro de La Calera.



**Fuente.** Geoportal. Instituto Geográfico Agustín Codazzi ().

El crecimiento demográfico se ha incrementado en los últimos años a causa del desarrollo que el municipio ha venido proyectando, desde el implemento de nuevas normas que hacen relevante los temas de sostenibilidad en cuanto a la conservación y protección ambiental, además de los usos razonables del agua en sectores industriales, mineros, urbanos y rurales que sustentan la economía del municipio.

El crecimiento territorial de vivienda, afectado por la demografía incidente en el municipio, se extiende paulatinamente. Por lo tanto, el territorio presenta retos y desafíos, especialmente en la adecuación de los usos del suelo y de fuentes hídricas, de forma que le permitan adecuarse al POT ya planteado y preservar su función ecológica.

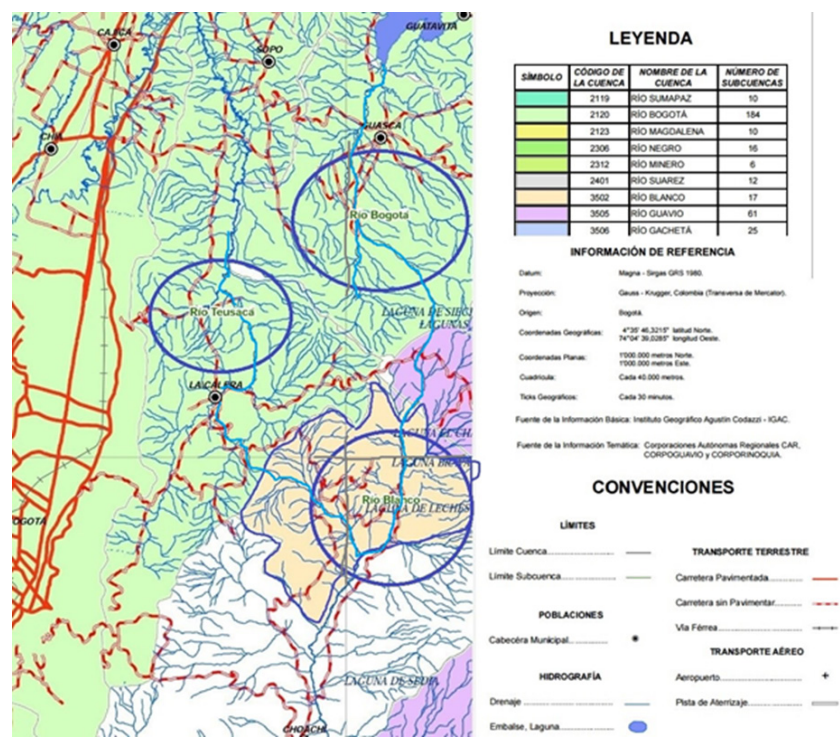
El municipio de La Calera está ubicado sobre el valle del río Teusacá. Según el Concejo Municipal de La Calera (2010) Artículo 7: La Alcaldía Municipal reconoce que el valle del río Teusacá es una unidad indivisible compartida por los municipios de Sopó, La Calera, Guasca, Tocancipá y el Distrito Capital. Los sistemas hidrográficos con los que cuenta La Calera está distribuidos en dos: el sector occidental pertenece a la cuenca del río Teusacá, tributario de Bogotá y el sector oriental, a la cuenca del río Blanco, tributario del río Negro (ver Figura 3).

Dado que la mayor parte de la población y economía de La Calera se encuentra dentro de la cuenca del río Teusacá, según el POT se busca concertar la planeación en concordancia con los instrumentos de planificación de la cuenca, con el fin de garantizar un uso compartido de los recursos hídricos y un control conjunto de los procesos degradantes de la cuenca. No obstante, se debe tener en cuenta que los anteriores sistemas hidrográficos desembocan en ríos esenciales colombianos que se han visto afectados por sectores industriales:

(...) manifestados principalmente en el sector nororiental de la cabecera municipal, con dos plantas de cemento y sus correspondientes minas de caliza. Además, durante los últimos dos decenios se ha venido desarrollando un proceso de parcelación y urbanización campestre que ha afectado indistintamente el valle y los cerros de la cuenca del Teusacá. Estos procesos, junto con usos agrícolas intensivos como el cultivo de flores bajo invernadero, se han caracterizado por un desarrollo

desordenado y sin la suficiente inversión ambiental y social, por lo cual paralelamente han hecho su aparición graves problemas de contaminación de aguas y aire, degradación del suelo y deterioro del paisaje (Concejo Municipal de La Calera, 2010, 8).

Figura 3. Mapa de cuencas hidrográficas.



Fuente. Gobernación de Cundinamarca. Secretaria de Planeación.

### 3.ANTECEDENTES

El municipio ha venido afrontando cambios demográficos y desarrollos industriales, económicos y sociales que afectan directamente la calidad de los suelos y en especial de las cuencas. Desde el punto de vista de Dourojeanni y Jouroulev (2002) «las características físicas del agua generan un grado extremadamente alto y en muchos casos imprevisible, de interrelación e interdependencia entre los usos y los usuarios en una cuenca (...) formando un sistema integrado e interconectado». Esto refleja la importancia del uso del agua, ya que actúa en conjunto con toda la biodiversidad que rodea la cuenca, afectando tanto directa como indirectamente a plantas, animales y demás seres que intervienen en el hábitat natural.

Así mismo, desde las discusiones desarrolladas por Olaya, Tosse, et. al. (2014), la ordenación y manejo de las cuencas son:

El proceso de planificación, permanente, sistemático, previsorio e integral adelantado por el conjunto de actores que interactúan en y con el territorio de una cuenca, conducente al uso y manejo de los recursos naturales de ésta, de manera que se mantenga o restablezca un adecuado equilibrio entre el aprovechamiento social y económico de tales recursos y la conservación de la estructura y la función físico-biótica de la cuenca.

La Calera presenta un fuerte grado de intervención en las subcuencas del río Teusacá, determinado por la construcción de viviendas de estrato alto; además, el municipio tiene varias zonas de nacimientos de agua, denominados humedales, que constituyen un ecosistema de importancia para especies de fauna terrestre y acuática, y contribuye a mantener el equilibrio hídrico, según explican Muñoz y Beltrán (2010).

## 4. ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO DE LA CALERA

De acuerdo con la página oficial de La Empresa de Servicios Públicos de La Calera (Espucal ESP), creada mediante acuerdo municipal número 041 de 1996, constituida formalmente como empresa industrial y comercial del Estado del orden municipal, cuenta con autonomía administrativa y presupuestal para brindar los servicios públicos domiciliarios a la población de La Calera.

El servicio de acueducto se presta a partir de la operación del sistema denominado San Lorenzo, con una concesión de aguas de 23 litros por segundo proveniente de la quebrada del mismo nombre, con la cual abastece al 80% de la población urbana. El 20% restante, es abastecido por el agua proveniente del embalse de San Rafael, planta Wiesner, basado en el contrato de suministro de agua en bloque (ver Figura 4).



En la actualidad, la empresa presta el servicio de alcantarillado en sus componentes de recolección, transporte y tratamiento, a través de la operación de la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) entregada por la Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca (CAR) al municipio de La Calera en el mes de octubre de 2012.

Se prestan los servicios de recolección de residuos en el 100% del área urbana, siete centros poblados y zonas puntuales de catorce veredas. Además se presta el servicio de barrido de vías y áreas públicas, lavado de puentes peatonales y parque principal, así como corte de césped en la zona urbana.

Actualmente, la gestión del servicio de acueducto se presta a 3400 suscriptores del área urbana y se realiza a partir de los lineamientos establecidos en el Plan Maestro de Acueducto vigente. Este servicio comprende las siguientes actividades:

- Adquisición: captación del agua proveniente de la quebrada San Lorenzo, con una concesión de aguas superficiales de 23 litros por segundo.
- Distribución: se realiza a través de una red de tubería que va desde la bocatoma hasta la planta de agua potable PTAP ubicada en Villa 70.
- Distribución: se realiza a través de redes locales que van desde el tanque de almacenamiento ubicado en Villa 70, hasta cada uno de los sectores donde se ubican los inmuebles del perímetro urbano.



- Almacenamiento: se cuenta actualmente con un tanque de almacenamiento ubicado en la planta Villa 70, con capacidad de 360 m<sup>3</sup>. En este punto, se almacena tanto el agua tratada proveniente de San Lorenzo, como el agua suministrada por la Empresa de Acueducto, Alcantarillado y Aseo de Bogotá, proveniente de la planta Wiesner, embalse San Rafael.
- Control de calidad y tratamiento: se realiza en el sistema San Lorenzo, que es la Planta de Tratamiento de Agua Potable (PTAP), la cual es de tipo convencional y se encuentra diseñada para tratar un caudal aproximado de 22 lps. Esta se encuentra ubicada en el barrio Villa 70, por lo cual lleva este mismo nombre.
- Comercialización: consiste en la venta final del agua potable a todos los usuarios, con su correspondiente proceso de facturación y recaudo.

**Figura 4.** Abastecimiento de fuentes hídricas.



**Fuente.** Elaboración propia con base en Google maps (2016).

En el Acuerdo 43 de 2006 de la CAR, página 11, punto 7, se expone:

Cuenca del río Teusacá código: 2120-13 comprendida por el río Teusacá y sus afluentes, desde su cabecera hasta su desembocadura en el río Bogotá, así: 1. Subcuenca río alto Teusacá: Comprendida por los afluentes al río Teusacá desde su cabecera hasta la desembocadura en el embalse San Rafael. 2. Subcuenca del río medio y bajo Teusacá: Comprendida por río Teusacá desde la descarga del embalse San Rafael hasta su desembocadura en el río Bogotá, comprendiendo la quebrada Mi Padre Jesús. 3. Subcuenca Quebrada San Lorenzo – Quebrada Soche: Afluentes de la Quebrada San Lorenzo y Quebrada Soche. 4. Subcuenca Quebrada Aguas Claras: Afluentes de la Quebrada Aguas Claras y la Quebrada misma.

Dentro del plan de acción para la vigencia 2012-2015 se estableció el programa de monitoreo y seguimiento a la calidad del agua, a partir del cual se ejecutan todas las actividades que permiten disponibilidad del 100% del agua suministrada a la población, apta para consumo humano, cumpliendo con los parámetros establecidos por la normatividad vigente y reportada a su vez en el Sistema de Vigilancia para la Calidad del Agua Potable (SIVICAP).

En cuanto al servicio de alcantarillado, la empresa, de acuerdo a la Ley 142 de 1994, establece la prestación de este servicio con base en el plan maestro de alcantarillado vigente para el municipio, así como en el Plan de Saneamiento y Manejo de Vertimientos (PSMV), el cual fue aprobado para el municipio de La Calera mediante resolución CAR número 2190 de agosto de 2011. Por su parte, la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) del municipio de La Calera fue construida mediante convenio No. 045 de 1991, celebrado entre la CAR y el municipio de La Calera. Desde su planificación, se concibió como una PTAR bajo el sistema de reactores biológicos secuenciales y lodos activos, por lo que en el proceso no intervienen agentes químicos, afirma la empresa.

## 5. OBJETIVO NO. 6 DE DESARROLLO SOSTENIBLE

En su página web, la ONU menciona que se debe garantizar la disponibilidad de agua, su gestión sostenible y el saneamiento para todos, ya que como meta se tiene el: «aumentar sustancialmente la utilización eficiente de los recursos hídricos en todos los sectores y asegurar la sostenibilidad de la extracción y el abastecimiento de agua dulce para hacer frente a la escasez de agua y reducir sustancialmente el número de personas que sufren de escasez de agua» (ONU, s.f.). La anterior meta lleva a describir cómo se utiliza en el municipio el recurso hídrico, independientemente de los sectores asentados en la fuente hídrica; siempre y cuando esto se analice desde el sector público, específicamente en relación con el servicio

de acueducto y alcantarillado, ya que es el encargado de la extracción y distribución de agua dulce.

Según el Informe Mundial de Naciones Unidas (WWAP, 2016) sobre la valorización de recursos hídricos:

En un esfuerzo por captar mejor la relación entre la oferta y la demanda, el indicador de agua de los ODM pretende medir el nivel de presión humana sobre los recursos hídricos, en base a la relación existente entre la captación de agua de la agricultura, las municipalidades y las industrias y el total de recursos hídricos renovables.

Al analizar los datos previamente vistos, la empresa Espucal ESP prevé el 100% del servicio de agua hacia el municipio urbano desde dos sistemas: 80% desde la quebrada San Lorenzo y 20% desde el embalse San Rafael, teniendo en cuenta que la población cuenta con un total de 27.878 habitantes, los cuales se distribuyen en la zona rural y urbana.

Dentro del Artículo 98 del POT se dispone el sistema estructurante de centros poblados rurales. «Los centros poblados rurales son aglomeraciones de viviendas campesinas, con alta densidad de predios de algunos cientos a miles de metros cuadrados de superficie y un proceso incipiente de organización urbana (...) no obstante, estos centros carecen en general de una red organizada de servicios públicos, en especial de acueducto y alcantarillado» (Concejo Municipal de La Calera, 2010, p.102).

De acuerdo con lo anterior, se afirma que los asentamientos rurales, no están provistos del adecuado servicio de acueducto y alcantarillado, por lo que puede deducirse que las aglomeraciones campesinas y demás personas que habitan el municipio en las zonas rurales, utilizan los caudales y demás quebradas cercanas para abastecerse del recurso hídrico necesario para las actividades agrícolas.

Según el POT (Concejo Municipal de La Calera, 2010, p. 15) una de las causas por las cuales la agricultura y la ganadería han dejado de ser atractivas en la región, es la dificultad para lograr un uso más productivo, debido a la falta de agua de riego y al papel de las sequías periódicas. Por esta razón, el municipio promoverá y apoyará iniciativas y esfuerzos para establecer sistemas de riego en el valle del Teusacá, aumentando la disponibilidad de agua en el río mediante concertación con la Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá (EAAB-ESP), operadora del embalse de San Rafael, y haciendo respetar la dotación para este fin. Asimismo, se complementarán programas de asistencia técnica y agropecuaria, destinados en especial a los pequeños y medianos propietarios, y promoverá la creación de organizaciones de productores.

Según la WWAP (2016) «la escasez de agua surge de una combinación de la variabilidad hidrológica y el alto uso humano, que puede, en parte, ser mitigada por la infraestructura de almacenamiento». La escasez de agua es el resultado de diversas causas y podemos considerar tres dimensiones de la misma: (1) escasez de agua física; (2) escasez de agua económica debido

a una falta de infraestructura debido a limitaciones financieras o técnicas, independientemente del nivel de los recursos hídricos; (3) escasez de agua institucional debido a que las instituciones no han cumplido a la hora de proveer al usuario con un suministro de agua confiable, seguro y equitativo (FAO, 2012).

En cuanto al primer punto, la escasez de agua física puede ocurrir por fenómenos climáticos, ya que, independientemente de la localización de un territorio este puede verse afectado por sequías intensas o la reproducción de agua en exceso debido a las lluvias. «A menos que haya suficiente infraestructura artificial y natural para manejar y almacenar el agua que llega durante la temporada de lluvias, es posible que algunas zonas permanezcan áridas durante períodos prolongados» (WWAP, 2016).

Este fenómeno, aunque no está en manos de la administración municipal o de la empresa de acueducto, debe concebir un plan de contingencia que permita seguir abasteciendo al municipio, y continuar con los servicios que hasta ahora brindan a la zona urbana. En relación con La Calera, la empresa Espucal extrae específicamente 23 litros por segundo de la quebrada San Lorenzo. Por lo tanto, el índice de vulnerabilidad puede incrementar según los cambios climáticos que se vayan presentando a lo largo del tiempo, influyendo en la sostenibilidad del servicio de agua para el municipio. Aunque cabe aclarar que los principales efectos de la escasez se enfatizan en los puntos que se mencionarán más adelante, ya que afectan de manera drástica y permanente las fuentes hidrográficas que se encuentran en el municipio.

El segundo punto se relaciona con el factor económico, en cuanto a la adecuación de maquinaria y equipo: «capacidad humana, marcos judiciales y normativos a fin de garantizar una buena gobernabilidad en la gestión de los recursos hídricos» (WWAP, 2016), lo cual debe tener la empresa, en este caso Espucal ESP prestadora del servicio de acueducto y alcantarillado, ya que en su informe expone el plan de acción que se construyó a partir de diferentes programas encaminados al fortalecimiento institucional, tales como (Torres, 2016):

- Mantenimiento y cuidado de la fuente hídrica.
- Fortalecimiento para la administración y operación.
- Mantenimiento, compra y reposición en infraestructura y equipos.
- Mantenimiento a la red de acueducto.
- Adecuación y mantenimiento de redes.
- Compra y mantenimiento de equipos de medición.
- Índice de agua no contabilizada.
- Programas de uso y ahorro eficiente de agua.
- Optimización y mantenimiento del sistema de acueducto.
- Monitoreo y seguimiento a la calidad del agua.
- Estudio tarifario.
- Catastro de usuarios.
- Identificar nuevos nichos de mercado.
- Optimización y adecuación de infraestructura.
- Rehabilitación y optimización del sistema (limpieza y mantenimiento de alcantarillas y sumideros).

- Reposición de redes.
- Ejecución de programas de aprovechamiento de residuos.
- Apoyo para el mejoramiento de la presentación de los residuos sólidos por parte de los usuarios.
- Adquisición de vehículo para recolección.
- Fortalecimiento del Sistema de Gestión de Calidad.
- Mantenimiento de la Certificación de Calidad ISO 9001, NTC-GP: 1000 (Entre otros).

Como se evidencia, la empresa presenta los recursos necesarios para recolectar, provisionar, monitorear, medir, gestionar el control de calidad, distribuir, facturar y ser financieramente sostenible. Según lo mencionado en los informes de control interno, también se busca administrar y controlar la disposición de aguas residuales y desechos, que permiten a la empresa tener cierto control hidrográfico sobre el municipio; sin embargo, los servicios prestados hasta ahora están funcionando para las zonas urbanas del municipio, faltando difusión tecnológica y desarrollo en cuanto a los sistemas que maneja para la distribución de los mismos.

El tercer punto se relaciona directamente con la Alcaldía Municipal de La Calera, que ya dispone del POT donde se plantearon los objetivos que el municipio debe alcanzar, además de exponer las situaciones actuales que caracterizan el desarrollo social, económico y ambiental del territorio.



Como principales efectos de la escasez (mencionados anteriormente) se enfatiza en:

(...) 4. Las cargas y beneficios que resulten de la ejecución de las acciones del POT, serán distribuidos en forma equitativa entre los diferentes intereses sociales y económicos convocados. 5. El ordenamiento del territorio constituye una función pública orientada a garantizar a los habitantes el acceso y disfrute del espacio público, el derecho a la vivienda y a los servicios públicos domiciliarios, el uso racional del suelo, la defensa contra los riesgos naturales y la preservación del patrimonio natural y cultural, entre otros aspectos» (Concejo Municipal La Calera, 2010, p.6).

## 6. RESULTADOS

Se analizaron los resultados del objetivo general el Plan de Ordenamiento Territorial (POT), predispuesto por la Alcaldía Municipal de La Calera:

El modelo de ordenamiento territorial del municipio, se orienta a consolidar el área de protección en la totalidad del territorio, priorizada fundamentalmente a los suelos de la cuenca de los ríos Bogotá y Blanco; dinamiza el área de producción de forma sostenible y consolida el área de conurbación en la cuenca del río Teusacá.

Se revisaron los anteriores aspectos correspondientes a la meta sostenible que dispone la ONU, desde una perspectiva de igualdad en disposición de aguas para todo el público, donde se declara la falla del municipio al sólo distribuir el servicio hídrico hacia las zonas urbanas ya consolidadas por el desarrollo en equipamiento industrial, vivienda y adecuación del territorio conformado como municipio.

Se descubrió la capacidad de sostenibilidad con la que cuenta el 80% del territorio urbano, el cual se abastece de agua de la quebrada San Lorenzo; esta dispone tres temáticas que son explicadas con anterioridad y que influyen de manera contundente en la población del municipio; se deduce que es necesario el uso de un plan de contingencia que pueda prever las crisis al ocurrir cualquier cambio climático que afecte la quebrada y la sustentación de la misma.

También se analizó el abastecimiento del 20% de la población restante urbana, desde el sistema de recolección del río Teusacá, donde la empresa EAAB perteneciente a la capital colombiana se encarga de la administración directa de la misma; comparten responsabilidades del manejo del río y la disposición que se le da al mismo. Por tal razón, es de suma importancia que tanto la Alcaldía Municipal de La Calera, junto con la Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca, la Alcaldía Mayor de Bogotá y todos los entes de control, como el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, determinen los principales impactos provenientes de las demandas de

agua que necesita la sociedad y el hábitat natural, dentro de la agenda del manejo del recurso hídrico del territorio.

Los principales impactos y efectos negativos que se fueron observando durante la recolección de información desde el POT de La Calera, interviene entre otros hechos, la contaminación por asentamientos rurales, industrialización, minería y explotación de fauna y flora, pertenecientes al desarrollo de infraestructura por sectores que no garantizan calidad del servicio de agua potable. Así mismo, la intervención urbana sobre la estructuración del suelo, adquisición de servicios necesarios para la subsistencia humana y demás actividades que involucren la intervención directa o indirecta en recursos naturales, afectan y producen efectos que determinan las necesidades y las demandas que la población asuma.

El tratamiento de aguas residuales consta de otro reto, que poco a poco ha ido asumiendo la empresa Espucal ESP, y que ha venido desarrollando desde la normatividad vigente para Colombia, y este es el control de la contaminación del agua, por lo cual es necesario incluirlo y detallarlo, con el objetivo de adoptar una política regional sobre el manejo del recurso hídrico en sus diferentes formas (ríos, lagunas, quebradas, caudales, lagos, etc.).

El incremento de la demografía en el municipio influye y contrasta la disponibilidad de los recursos naturales con los que

se cuenta, ya que al incrementar la población se incrementa la demanda; por lo tanto se debe determinar el límite al cual puede llegar el municipio, especialmente en las redes hidrográficas y el uso de las mismas.

La disponibilidad de agua también encierra factores como calidad y cantidad, de las cuales depende toda la población sin distinción, por lo tanto, la empresa encargada de brindar el servicio en el municipio focalizado, debe seguir fortaleciendo el manejo de las cuencas hídricas, focalizando su preocupación por la oferta de agua en proyecciones a largo plazo y teniendo muy en cuenta la degradación de los ríos, caudales, humedales, quebradas y demás fuentes hídricas. Todo esto, con el objetivo de disminuir riesgos de sostenibilidad ambiental, además de procurar por la más alta calidad de agua dulce que se distribuye por todo el territorio, ya que si no se logra una gestión adecuada del control de calidad del agua, es posible que se afecte a la población y a los ecosistemas de manera inmediata, con consecuencias en problemas de salud y degradación del hábitat, respectivamente. Además de controlar la producción industrial, la minería, la explotación de recursos hídricos y naturales, la implementación de servicios de transporte, comunicación, entre otras actividades que intervengan en el municipio y que convengan en su desarrollo social y económico.

## 7. DISCUSIÓN

Se entiende que el tema de disponibilidad y demanda hídrica es un punto que toma importancia, además del uso de las fuentes hídricas. El municipio de La Calera, perteneciente al departamento de Cundinamarca, actúa con autonomía regional y predispone de una empresa específica que administra la disposición de agua; se debe tener en cuenta que este municipio ha venido incrementando su desarrollo a nivel regional recientemente, ya que desde el año 1999 todavía dependía de Bogotá para el suministro del servicio de acueducto, además de estar recibiendo migraciones desde la capital hacia el municipio debido a la oferta de vivienda, industrialización, empleo y demás factores que intervienen en el crecimiento de la demografía caleruna.

Por tal motivo, se hace relevante el estudio sobre un municipio que cada vez ha ido progresando y que busca el cumplimiento de metas y objetivos, para tener alineados el interés social y el manejo y protección de los recursos naturales, característicos del municipio, las limitaciones de los suelos, los asentamientos poblacionales, las obras a construir y todas las expectativas municipales que se consignaron el POT anteriormente mencionado.

## 8. CONCLUSIONES

Se debe generar un desarrollo, desde la perspectiva sostenible del municipio, que convenga en tres aspectos sumamente importantes: lo social, económico y ambiental; y que permita estabilizar los impactos que las industrias y la urbanización ocasionan. Se debe considerar como objetivo clave y fundamental, la preservación de recursos naturales, específicamente el manejo del recurso hídrico, que es vital y fundamental para la existencia humana, independientemente del uso que se le asigne y de los factores climáticos o de desarrollo industrial que intervengan o determinen la sostenibilidad tanto a mediano como a largo plazo; de manera que el desarrollo del municipio se encuentre en la biodiversidad que alberga la naturaleza en la que se encuentra situado y puedan aprovecharse las riquezas ambientales que lo rodean. Saber explotar de manera positiva la naturaleza, con su debido uso permite el crecimiento sostenible de cualquier territorio.

Finalmente, se requiere la adecuación e implementación de nuevas infraestructuras ligadas a la tecnología, que puedan concretar y complementar el servicio que presta la empresa Espucal ESP, para contribuir al desarrollo total y completo de todas las áreas del municipio y cumplir con la meta del desarrollo sostenible. De esta forma, se impulsan las expectativas de progreso puestas en el municipio, que a la vez contribuyen al progreso tanto de los campesinos como de los ciudadanos para que en ningún caso se presenten dificultades

de abastecimiento, ni mucho menos de escasez del recurso. Así, el municipio seguirá su desarrollo en pro de su desarrollo social y económico, fortaleciendo su ambiente natural, para poder alcanzar en un futuro a la ciudad de Bogotá.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Concejo Municipal de La Calera. (2010). Acuerdo municipal N° 11 de Agosto 27 de 2010. Recuperado de <http://www.lacalera-cundinamarca.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionyControl/Plan%20de%20Ordenamiento%20%20territorial%202010.pdf>

Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca CAR. (2006). Acuerdo N° 43 del 17 de Octubre de 2006. Por el cual se establecen los objetivos de calidad del agua para la cuenca del río Bogotá a lograr en el año 2020. Recuperado de [http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/6/40506/colombia\\_car\\_acuerdo43\\_2006.pdf](http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/6/40506/colombia_car_acuerdo43_2006.pdf)

De la Hoz A. A., Pinzón, C. y Salamanca, C. (2000). Monografías Territoriales. La Calera: Región Bogotá - Sabana. Bogotá D.C. Colombia: Contextos Gráficos Ltda.

Dourojeanni, A. & Jouravlev, A. (2002). Evolución de políticas hídricas de América Latina y el Caribe. CEPAL.

FAO. (2012). Afrontar la escasez de agua: Un marco de acción para la agricultura y la seguridad alimentaria. Informe sobre temas hídricos No. 38. Recuperado de <http://www.fao.org/docrep/016/i3015e/i3015e.pdf>

Municipio de La Calera (1999). Acuerdo Municipal No. 043 de 1999. Plan de Ordenamiento Territorial. Recuperado de <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pot%20-%20plan%20de%20ordenamiento%20territorial%20-%20la%20calera%20-%20cundinamarca%20-%202000.pdf>

Muñoz, S. y Beltrán, D. (2010) Perfil ambiental de la subcuenca del río Teusacá de la cuenca alta del río Bogotá. Bogotá D.C.: Universidad de la Salle. Recuperado de <http://repository.lasalle>.

edu.co/bitstream/handle/10185/15029/T41.10%20M926p.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Olaya, E., Tosse, O. D, et. al. (2014). Guía Técnica para la Formulación de los Planes de Ordenamiento y Manejo de Cuenca Hidrográficas. Bogotá D.C.: Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, Dirección de Gestión Integral de Recursos Hídricos del Ministerio de Ambiente y Desarrollo sostenible, y Departamento Nacional de Planeación.
- ONU. (s.f.). Objetivos del Desarrollo Sostenible. Recuperado de <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>
- Torres, M.F. (2016). Informe pormenorizado del estado control interno Enero-Abril 2016. La Calera, Cundinamarca. Recuperado de <http://www.espucalesp.com/gestionesp/105622131INFORME%20PORMENORIZADO%20CONTROL%20INTERNO%202016-1.pdf>
- Vargas, A. E. (2016). Programa de Gobierno de la Calera 2016-2020. Recuperado de <http://www.lacalera-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/ProgramadeGobierno/Programa%20de%20Gobierno%202016-2019.pdf>
- WWAP. (2016). Informe de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo de los Recursos Hídricos en el Mundo 2016: Agua y Empleo. París: UNESCO. Programa Mundial de Evaluación de los Recursos Hídricos de las Naciones Unidas. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002441/244103s.pdf>





## Resumen

El presente artículo propone brindar un panorama del sector de turismo ofrecido en La Candelaria, pues con el paso de los años, en esta parte de la ciudad se ha desarrollado una amplia oferta turística que se basa en una extensa diversidad de atractivos turísticos, tales como iglesias, bibliotecas y museos, gracias a lo cual el reconocimiento y desarrollo económico de la capital colombiana ha mejorado. Así, se detalla la investigación principalmente en cuanto al ofrecimiento turístico en la localidad número 17 de la ciudad de Bogotá y de dicha investigación se obtiene una recopilación de datos que tienen como fin analizar una variedad de interesantes y frecuentados espacios que son atractivo turístico de La Candelaria.

## Palabras clave

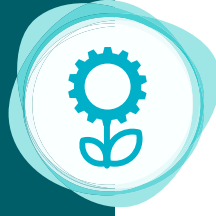
Turismo, oferta turística, atractivo turístico, espacios.

## Abstract

*Due to the wide range of tourist options have been developed over the years in La Candelaria, this article proposes to offer a panorama of the tourism industry that is offered in this part of the city, which is based on an extensive diversity of tourist attractions, such as churches, libraries and museums, thanks to which the recognition and economic development of the Colombian capital has improved. Thus, the investigation is detailed mainly with regard to the tourist offer in the locality number 17 from the city of Bogotá, and out of this investigation, a collection of data is obtained, whose purpose is to analyze a variety of interesting and frequented spaces that are tourist attraction in La Candelaria.*

## Keywords

*Tourism, tourist offer, tourist attraction, spaces.*



**Diego Mauricio Osorio Torres**  
Estudiante de Lenguas Modernas  
Universidad EAN

# **EL ESPACIO** EN LA CANDELARIA **COMO EXPERIENCIA** Y ATRACTIVO TURÍSTICO

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo, nació en el siglo XIX como resultado de la Revolución Industrial. Es una práctica que tiene como finalidad desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, negocios, relaciones culturales, entre otros. Con el paso de los años Bogotá, la capital de Colombia, ha empezado a ser considerada como una de las ciudades de Sudamérica más atractivas, gracias a la amplia oferta turística apoyada en la diversidad cultural de sus principales atractivos turísticos como son iglesias, museos y bibliotecas.

La investigación realizada se enfoca principalmente en la localidad de La Candelaria, ya que dicho lugar es el más reconocido de la ciudad, debido a que allí se encuentra el valioso centro histórico de Bogotá, desde la fundación de la ciudad el 6 de agosto de 1538. La Candelaria es la localidad número 17 de Bogotá y no solamente contiene al centro histórico de la capital, sino que con los años se ha convertido en un importante y grandioso lugar que entrega tanto a sus habitantes como a los turistas, la oportunidad de vivir una experiencia única en diferentes espacios brindados por este sector colonial e histórico y a la vez desarrollado.

## 2. METODOLOGÍA

En el presente artículo se estudian los espacios turísticos más importantes y frecuentados de La Candelaria, empleando un análisis descriptivo acerca de qué es espacio. También se estudia y analiza un mapa que muestra, en representación de nodos, a los lugares más significativos que se dan a conocer en la zona a través de cualquier recorrido turístico con su respectivo guía. Dichos lugares, en su momento tuvieron un significado diferente al actual, por lo que se detalla esa historia detrás del nombre turístico y con esto se muestra, al mismo tiempo, que el hombre es un transformador del espacio.

Esta investigación permite deducir que el sector del turismo en esta localidad es diverso y atractivo para todo tipo de interés turista y que por medio de distintos recorridos por espacios y lugares ofrecidos en La Candelaria, se brindan diferentes experiencias.

61

## 3. HISTORIA EN LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

La Candelaria hoy en día cuenta con muchos atractivos turísticos, estos suelen ser: iglesias, bibliotecas, museos o monumentos. Cuando se oferta un recorrido, el guía turístico es quien cuenta la historia de cada sitio, es quien decide el recorrido y al mismo tiempo, quien va construyendo la historia de cada lugar que se visita.

Con anterioridad el guía turístico ha desarrollado unas habilidades investigativas, lo cual le permite ir construyendo la historia en el recorrido. Con esto, se pueden identificar distintos elementos que se van uniendo y organizando, de tal manera que se crea una particular estructura de imagen mental de todo lo que se va explicando en el recorrido acerca de cada atractivo turístico. Lo dicho anteriormente está basado en el pensamiento del escritor Kevin Lynch<sup>1</sup>, quien da una acertada idea sobre cómo un individuo empieza a pensar en el significado social de manera acertada en su medio ambiente; en este caso, acerca de cómo un individuo piensa en el significado social en los recorridos históricos de La Candelaria. Lynch habla acerca de esto y nombra lo siguiente:

**Sendas:** «Conductos que sigue un observador normal-mente, ocasionalmente o potencialmente» que en este caso, se refiere a calles o diferentes vías de movimiento o desplazamiento habitual, lo cual va formando la imagen de la vista urbana en, por ejemplo, recorridos turísticos.

**Bordes:** son aquellos «elementos que el observador no usa o considera sendas» y que constituyen referencias laterales, tales como playas, ríos, muros, líneas de ferrocarril, entre otros.

---

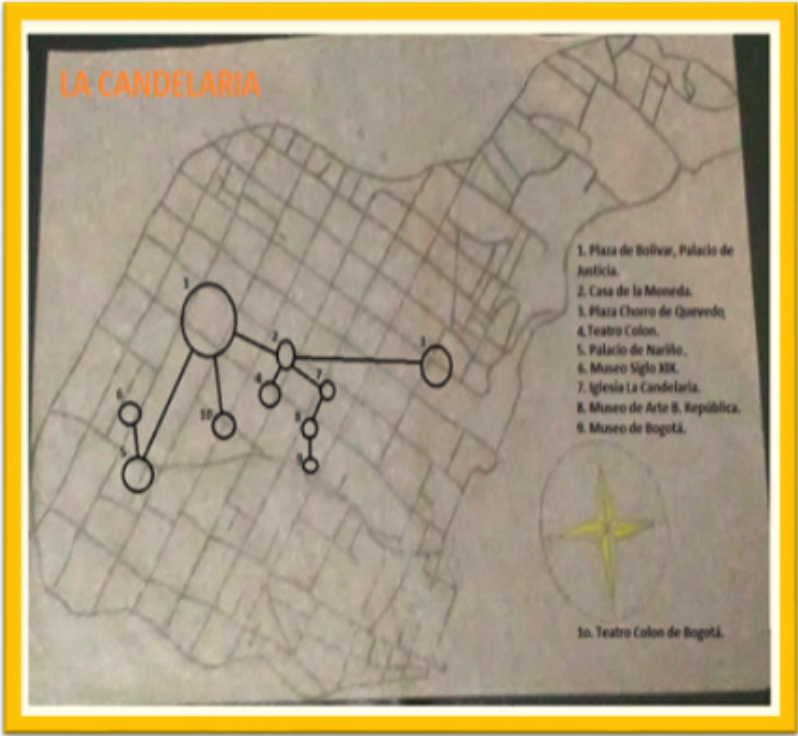
1

Urbanista y escritor estadounidense.

**Nodos:** «focos estratégicos a los que puede entrar el observador, tratándose típicamente de confluencias de sendas o de concentraciones de diversas características que pueden corresponder a lugares donde la gente hace una pausa o toma una decisión, como por ejemplo, paradas de transportes, estaciones o plazas y parques claramente definidos».

Respecto a la última definición dada por Lynch se realizó un mapa que muestra los nodos o focos estratégicos que presentan los principales atractivos turísticos de La Candelaria. Los nodos están formados por tamaño, unos más grandes que otros, con el fin de evidenciar que el nodo más grande es el lugar estratégico donde usualmente se inician los recorridos turísticos, ya sea recorrido libre o planeado, por medio de una empresa que ofrezca un tour por La Candelaria. Y con los nodos pequeños, simplemente se muestran los lugares más representativos de la localidad, pero no es donde se inician normalmente los recorridos. Lo anterior quiere decir que el nodo número 1, el cual es La Plaza de Bolívar es el punto nodal de La Candelaria.

Figura 1. La Candelaria.



Fuente. Elaboración propia.

## 4. TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO

Antes de dar un ejemplo interesante acerca de cómo un espacio se transforma, se define espacio a partir Yi Fu Tuan<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> Nacido en Tianjin, 1930. Geógrafo estadounidense de origen chino. Fue un profesor reconocido por varias universidades de México, Toronto y Wisconsin. Yi Fu Tuan se especializó en geomorfología, pero su materia especial fue la geografía, para luego estudiar y ser experto en la experiencia de los hombres en su medio (Biografías y vidas, 2004).



Es una entidad geométrica abstracta definida por lugares y objetos; es una red de lugares y objetos que las personas pueden experimentar directamente a través del movimiento y el desplazamiento, del sentido de dirección, de la localización relativa de objetos y lugares, y de la distancia y la expansión que los separa y los relaciona (Funda Aldeas, s.f.).

Cada atractivo turístico tiene una historia por contar y cada lugar tiene un significado diferente. Por ejemplo, en La Candelaria existe un particular lugar llamado: El Chorro de Quevedo (1538). Esta zona es una de las principales plazas de la ciudad, ya que posee la mayor tradición cultural e histórica de casi toda La Candelaria, en este acogedor lugar se reúnen personas de todo tipo, estudiantes, extranjeros, artesanos o músicos. Todos ellos están reunidos en esta parte de la localidad con la intención de hacer parte de la tradición, la cual es ir a beber una taza de café o de beber la única e inigualable chicha colombiana, e incluso para poder sentir ese ambiente colonial que ofrece no sólo El Chorro de Quevedo sino toda La excepcional Candelaria.

También hay que decir que no sólo El Chorro de Quevedo sino, por ejemplo en La Plaza de Bolívar, El Palacio de Nariño o el Teatro Colón, entre otros atractivos turísticos, invitan a un descanso, es decir, al ir a observar, oler o sentir físicamente estos lugares se tiene una pausa para meditar en su historia y una narración del fenómeno turístico desarrollado desde hace décadas atrás (Departamento Arquitectura, Universidad de los Andes, 2012).

Es así como al pasar los años, no sólo los atractivos turísticos van desarrollando su historia sino que el hombre como tal es el que transforma este espacio en algo más y más representativo o en algo menos representativo e importante. Un ejemplo del espacio que el hombre ha ido volviendo o transformando en algo significativo es precisamente El Chorro de Quevedo, el cual desde un principio fue importante simplemente por el hecho de haber sido parte de la fundación de Bogotá, por acción de Gonzalo Jiménez de Quesada<sup>3</sup> (Biografías y Vidas, 2004), pero con el tiempo el hombre mismo le fue dando ese reconocimiento.

Sin embargo, por otro lado existe un barrio de la Candelaria llamado Las Cruces, el cual antes era significativo, pero el hombre mismo lo fue dejando a un lado y se olvidó. Las Cruces solía ser un centro muy importante para varias actividades económicas y políticas de la ciudad, también sus calles solían mostrar y brindar toda la tradición por medio de hermosas esculturas y arquitectura colonial, junto con grandes edificios; sin embargo, hoy en día con el deterioro de la plaza, sólo muestra lo que llegó a ser un día para La Candelaria, ya que a lo largo de los años se ha denotado la decadencia de la zona y ha empezado a verse opacada por lo que la mayoría de bogotanos la conocen ahora: alta inseguridad (Las Cruces, Bogotá, 2010).

<sup>3</sup> Conquistador y cronista español (1509), descubridor del reino de Nueva Granada (actual Colombia) y fundador de su capital, Santa Fe de Bogotá.

Se demuestra que un lugar o atractivo turístico va cambiando con el pasar del tiempo y que los lugares pueden llegar a tener un significado diferente al que hoy en día se les otorga por medio del hombre mismo.

## 5. UNA EXPERIENCIA EN CUANTO AL ESPACIO

En el anterior punto se abordó el tema de que el hombre mismo es quien va dando transformación al espacio, ahora bien, en este punto ese tema se complementará. Cada atractivo turístico de La Candelaria tiene una historia por contar, no obstante, como en ejemplos anteriores, hay lugares que van convirtiéndose en algo que llama la atención y que gusta, lo cual va creando y desarrollando afecto entre los visitantes. Pero hay otros lugares o sectores que no han tenido «suerte» y van siendo olvidados o van generando desafecto.

A partir del geógrafo Yi Fu Tuan se amplió y ayudó a complementar de mejor manera este tema de generar afecto o desafecto hacia los espacios. Tuan brinda una particular perspectiva del espacio con lo que se ha desarrollado gran parte de lo que significa la experiencia.

La experiencia o conocimiento del espacio, involucra directa o indirectamente a todos los sentidos y no se reduce a la visión, se siente con todos los sentidos, por ejemplo: el

gusto, el olfato, el oído y la sensibilidad de la piel, si bien no permiten una experiencia espacial directa, en combinación con las facultades especializantes de la vista y el tacto, enriquecen nuestra aprehensión del carácter espacial y geométrico del mundo (Funda Aldea, s.f.).

Yi Fu Tuan fue quien empezó a desarrollar las definiciones de Topofilia y Topofobia. En su libro llamado Topofilia y Entorno (1974), se entiende la primera como esos significativos sentimientos que siente el humano por un lugar, un territorio, por algo tangible a sus ojos y a su tacto; sin embargo, ese sentimiento suele ser diferente en cuanto al factor de la intensidad y fuerza con la que se ame el lugar o la forma de expresar ese amor. Yi Fu Tuan, cree que la Topofilia llega a ese extremo de ser un amor fuerte y si se llega a lo más alto del sentir, es porque ese territorio o espacio como lo dice el geógrafo chino-estadounidense está lleno de vivencias, acontecimientos y sucesos que marcan emocionalmente al hombre o ser humano y que por lo tanto, se tiene un simbolismo afectivo lo suficientemente fuerte para que un lugar brinde una gran experiencia.

Por otra parte, la Topofobia es lo contrario a la Topofilia. Es esa sensación de impresión o de temor que se da en un ser humano frente a un lugar al que no suele estar acostumbrado o del cual no tiene buenas referencias (Que es, 2016).

Con lo anterior se quiere demostrar que cada espacio representado como atractivo turístico puede llegar a convertirse en una experiencia mediada a través del turismo y que mediante la experiencia, directamente se da un desplazamiento y movimiento, tal como dijo Yi Fu Tuan, para lograr sentido de lo que se observa en los lugares y objetos, y de esta manera se empiezan a desarrollar los sentimientos o pensamientos topofóbicos o topofílicos que fueron explicados anteriormente.

## 6. CONCLUSIÓN

Hoy en día los espacios dados en los atractivos turísticos están brindando al ser humano una experiencia y vivencia única e inigualable, mediante esta se va creando y generando una historia no sólo para la persona que visita el lugar sino también para el espacio, debido a que el hombre mismo va generando o transformando topofilia o topofobia sobre dicho lugar. Sin embargo, el espacio como lugar o atractivo turístico siempre va a tener como fin ofrecer ocio, tranquilidad, un momento único e irrepetible para la persona que esté allí viviendo la experiencia.

En La Candelaria existe una extensa diversidad de atractivos turísticos tales como iglesias, bibliotecas y museos, por lo que, el reconocimiento y desarrollo económico de la capital colombiana ha venido mejorando, como explicó en el desarrollo del presente artículo. La investigación acerca del ofrecimiento turístico en la localidad número 17 de la ciudad de Bogotá, ha permitido desarrollar y pensar en lo que realmente

ofrecen, no sólo los atractivos turísticos de La Candelaria, sino de todo el mundo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Biografías y Vidas. (2004). Gonzalo Jiménez de Quesada. Recuperado de <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/j/jimenez.htm>

Biografías y Vidas. (2004). Yi Fu Tuan. Recuperado de <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/t/tuan.htm>

Departamento de Arquitectura, Universidad de Los Andes. (Agosto, 2012). El Chorro de Quevedo. (Blog). Recuperado de <https://historiadebogota.wordpress.com/2012/08/05/el-chorro-de-quevedo/>

Funda Aldeas. (s.f.). Topofilia y Entorno. Recuperado de <http://fundaaldeas.org/web/index.php/articulos/115-topofilia-y-entorno-yi-fu-tuan>

Las Cruces, Bogotá. (18 de noviembre de 2010). La Plaza de Mercado, Patrimonio Arquitectónico de Bogotá. (Blog). Recuperado de <http://lascrucesbogota.blogspot.com.co/>

Que es. (2016). Topofobia. Recuperado de <http://queesel.info/que-es-la-topofobia/>



## Resumen

La formación de públicos ha sido una tarea que habitualmente asumen los museos, aunque también lo hacen las instituciones educativas y ferias. Si bien existe poco conocimiento acerca de la formación y desarrollo de públicos en estos espacios, se trata de un sector de especial interés debido a que el arte hace parte de los pilares de la formación cultural desde la primera infancia. El resultado de esta investigación busca evidenciar qué tan grande es esta labor, cuáles son los beneficios y las carencias, centrando la información en las características que competen al arte y la educación como factor principal en el desarrollo humano, y observando la importancia que tendría en el reconocimiento y gestión de experiencias pedagógico didácticas en las ferias de arte contemporáneo en América Latina, como instituciones generadoras de pedagogías y de elementos de goce artístico, estético y crecimiento cultural.

## Palabras clave

Educación, cultura, público, ferias de arte contemporáneo.

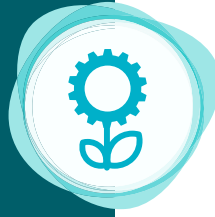
## Abstract

*The education of the public and development has been a task generally assumed by museums but also by the educational institutions and the fairs. There is, however, little knowledge of the role played by contemporary art fairs, all over the world, in the cultural development of each of us as individuals, from a very early age. Understanding art as a pillar of human growth, creativity, invention and innovation, the results of this investigation attempt to make evident how great this effort is, its benefits and its deficiencies, focusing the information provided on the characteristics related to art and education as the essential component in human development. Finding these characteristics as the focal point in art markets, art fairs are engines of education, artistic pleasure, aesthetics, as well as cultural fulfillment and development.*

## Keywords

Education, culture, public, contemporary art fairs.





**Nathalia Andrea Velasco Duarte**  
**Diana Sabine Leguizamo Vanegas**

# **ARTE Y EDUCACIÓN,** UN NUEVO CAMINO PARA LA FORMACIÓN DE PÚBLICOS **EN LAS FERIAS DE ARTE DE AMÉRICA**

## 1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación busca establecer y responder a un problema general acerca de la falta de reconocimiento y gestión de experiencias pedagógico didácticas en las ferias de arte contemporáneo en América por parte de galeristas, artistas y gestores feriales para la formación de públicos. Para ello, se resalta la importancia de la educación artística desde muy temprana edad en Colombia, los procesos que se llevan a cabo para la formación en valores y prácticas culturales para así, finalmente tener una mirada crítica y clara de lo que sucede con la formación del público infantil y adulto en las ferias de arte contemporáneo.

La educación es el camino para la formación de públicos, ya que los niños que se están formando hoy son el futuro consumidor cultural del mañana, el futuro coleccionista de arte y también la persona que se encargará de transmitir la información a las nuevas generaciones por medio del ejemplo; a través del estudiante se encuentra un resultado diferente al que se presenta hoy con la falta de consumo cultural y el desarraigo por el trabajo artístico, es esta la razón por la cual la educación y el arte, conforman un medio de formación del futuro consumo cultural desde su etapa más temprana que es determinante para generar cambios importantes en la sociedad.

Según información suministrada por el Ministerio de Educación Nacional (MEN), el arte en la educación básica y media

se ha convertido en una de las estrategias más significativas para contribuir el mejoramiento de la educación por medio de la creatividad, lo que les permite a los estudiantes, desde una perspectiva inclusiva y multicultural, enfrentar el reto de consolidar las herramientas artísticas necesarias para fortalecer los procesos de comunicación, sensibilidad y apreciación artística. La enseñanza del arte en la escuela, según expertos, contribuye al mejoramiento de las capacidades mentales de los estudiantes, lo que a su vez tiene efectos en el rendimiento académico de estos (Arbeláez, 2013).

Por medio de la educación artística en el aula de clase a los estudiantes se les inculcan valores y moral, temas que abordan el respeto hacia el otro, las competencias educativas y el trabajo en equipo donde también se reconoce la importancia del arte para promover el desarrollo de nuevas competencias como la observación, el análisis, habilidades propositivas y argumentativas, todas coherentes con el proceso de formación.

El arte es una actividad dinámica y unificadora, con un rol potencialmente vital en la educación de los niños, de manera que se debe tener en cuenta porque en la formación está el reflejo del futuro, en el adulto se evidencia el aprendizaje haya sido este bueno, integral o no, y dependiendo de él, está la forma en que se busca construir un mejor país. Esto no tiene distinción de sector, raza, ni color, pero en este artículo se busca hacer énfasis en América, por lo tanto, aunque no existan diferencias significativas se ejemplificarán los perfiles de formación en América.

En un sistema educacional bien equilibrado se acentúa la importancia del desarrollo integral de cada individuo, con el fin de que su capacidad creadora potencial pueda perfeccionarse. Para el niño el arte es primordialmente, un medio de expresión; es para ellos, un lenguaje del pensamiento. El niño ve el mundo de forma diferente y, a medida que crece, su expresión cambia.

El entusiasmo de algunos maestros por la manera intuitiva con que ciertos niños pintan, los lleva a imponerles sus propios esquemas sobre los colores, proporciones y forma de pintar. La discrepancia entre los gustos del adulto y el modo en que se expresa el niño, es la causa de la mayoría de las dificultades que surgen y que impiden que el niño utilice el arte como un verdadero medio de autoexpresión.

Si los niños pudieran desenvolverse sin ninguna interferencia del mundo exterior, no sería necesario proporcionarles estímulo alguno para su trabajo creador. Todo niño emplearía sus impulsos creadores, profundamente arraigados, sin inhibición, seguro de sus propios medios de expresión (Benito, 2014).

El trabajo creador es el trabajo artístico y manual en el que se hace énfasis, ya que es parte fundamental del desarrollo cultural y este desarrollo es el principio y fin del incremento de la sensibilidad artística; el trabajo manual es el resultado de una experiencia que fomenta la capacidad de relacionar a una individuo con los demás y con la materia, de producir con ella

una idea o una obra que podrá dar como resultado una obra de arte o un artista.

Como lo expone la Carta Cultural Iberoamericana (2011), de poco sirve ampliar la oferta cultural si no hay un público interesado que la demande y quiera participar en ella. Es preciso enfrentarse de forma decidida a los retrasos históricos de la educación en Iberoamérica: analfabetismo, deserción escolar prematura, falta de calidad educativa, insuficiente incorporación a la sociedad de la información, para lograr que todos los alumnos permanezcan doce años en las escuelas. Sólo de esta manera será posible avanzar hacia una sociedad de personas formadas y cultas, única garantía de participación masiva y crítica en los procesos de construcción y expresión cultural.

La formación, para la investigación que se está realizando, debe ser entendida desde sus bases, razón por la cual se toman algunos apartes de la publicación del diario *Panorama Cultural*, el cual brinda un acercamiento a lo que se está buscando comprender: desde cuándo y de dónde proviene esta formación, así como quiénes son los públicos con base en teorías y trabajos investigativos que ayudan a entender cómo se ha de abordar una actividad de formación de público, ya sea para cine, teatro, exposiciones de arte, presentaciones literarias, conciertos o cualquier otro tipo de evento cultural.

Como bien lo comenta la gestora cultural Ana Rosas Mantecón (Departamento de Antropología, UAM Iztapalapa,

2003) en su tesis *Formación de públicos y espacios culturales*: «los públicos no nacen, se crean y recrean permanentemente». Por eso, es necesario tener una perspectiva dinámica (no estática) y evaluar constantemente cuáles son:

- Los públicos actuales.
- Los públicos potenciales.
- Los no públicos (en los que es preferible no malgastar tiempo o recursos).

En relación con la ferias de arte, el público actual es el coleccionista invitado. La gestión que realiza la organización ferial da como resultado un listado de compradores, curadores e inversores, quienes son seleccionados según la muestra que se presente; son invitados especiales de la feria con los cuales se cuenta para que la operación funcione y varíe para cada versión. Por su parte, el público potencial es el que está encaminado bajo el arte y la educación, es el estudiante que generalmente proviene de la asistencia de los colegios que llevan públicos de diferentes edades (comprendidas para primaria y bachillerato) para goce y disfrute de su sensibilización artística; el estudiante que se está formando en artes plásticas y el estudiante de pregrado en carreras afines al medio: artes, curaduría, gestión cultural, diseño, entre otras. A quienes se les llama público potencial son quienes en un futuro no lejano, podrán hacer de la feria un mejor lugar. En cuanto a los no públicos son quienes en ferias de arte contemporáneo asisten de paso; es quien ingresa sin enfoque claro pero tampoco con la intención de buscarlo, consume desinteresado y no encuentra mínima afinidad con lo que se presenta.

En ese mismo estudio, la autora recuerda que «con demasiada frecuencia se piensa que las ofertas culturales atraen de manera natural», cuando en realidad es todo lo contrario. El público no responde automáticamente a los eventos porque son «gratis» o porque son «culturales», sino porque han sabido comunicarse de manera eficaz y porque han logrado seducirlos de manera genuina (Panorama Cultural, 2016).

En Bogotá hay más de 40 museos, todos llenos de riqueza histórica, artística y cultural, la historia de la ciudad reflejada en sus colecciones hace parte de un patrimonio material e inmaterial que es un gran generador educacional, ya que estos han buscado transformar la educación cultural a lo largo de los años y dentro de los espacios artísticos, son los que llevan a cabo procesos más evolucionados para la consecución de este objetivo.

Desde su fundación, los museos han sido vinculados con la educación, pero la manera en que esta vinculación ha sido entendida, ha cambiado enormemente a lo largo del tiempo. Desde que la adquisición de objetos valiosos e interesantes en colecciones reales comenzó a producirse a lo largo de los siglos XVI, XVII y XVIII, la idea de que los museos son educadores potenciales ha estado latente. Sin embargo, el concepto de museo como recurso educativo, es decir, un museo al servicio del público, que incluye actividades formativas, eventos culturales, y publicaciones informativas, etc., ha tardado cientos de años en establecerse (Manme, 2015).

Los museos son la entrada y el camino de acogida que hoy en día se ha dado al arte contemporáneo, del que se despliegan las ferias en las cuales se trabajará como eje central. Es importante resaltar el camino que abarca el arte contemporáneo a través de la siguiente cita:

El arte contemporáneo ha logrado, en algunos lugares del planeta, convertirse en un proyecto económico que traspasa la comercialización de las obras, basado en la potencial generación de núcleos turísticos, la activación de economías relacionadas industrias turísticas y del entretenimiento, coleccionismo y *galerismo* local, industria editorial, el desarrollo de distritos culturales y de procesos de regeneración urbana, etc. Las posibilidades de aumentar los puestos de empleo y la obtención de riqueza hacen que este modelo se haya vuelto atractivo para las autoridades de distintos puntos del planeta, a diversas escalas territoriales iniciativas metropolitanas, regionales e incluso nacionales confluyen en el diseño y gestión de estos proyectos. Este proceso se encuentra íntimamente ligado al aumento del atractivo de los museos a través de nuevas formas de organización de sus contenidos, con las cuales la distinción entre colección permanente y exhibiciones temporales ha perdido validez, en cuanto las colecciones son constantemente reorganizadas temporalmente y las exposiciones temporales se han transformado en grandes colecciones permanentes en circulación (Huyssen, 2002).



Este trabajo es la consolidación de la segunda etapa de cuatro, que conformarán una investigación con la meta de caracterizar las ferias de arte contemporáneo e identificar la formación de públicos presentes en ellas. En este artículo se aborda como eje central el tema de formación de públicos en las ferias de América y teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente sobre las bases de la formación desde la infancia, se abordará el tema teniendo en cuenta las 47 ferias resultantes de la caracterización.

Uno de los problemas más graves que atraviesa en estos momentos el arte contemporáneo es su casi absoluta incompreensión social. Esta incompreensión social tiene, entre otros, un origen relacionado con lo educativo y más en concreto con la ausencia total del arte contemporáneo en los contextos educativos formales, y de la educación en los contextos artísticos. Asistimos a las escuelas, a los institutos e incluso a muchas facultades de Bellas Artes y seguimos comprobando como reproducciones de obras de Picasso, de Goya, incluso puede que de Klimt, habitan las paredes, mientras que los proyectos de los artistas que están trabajando ahora, en estos momentos, son completamente ignorados (Acaso, 2015).

Dentro de los múltiples agentes que intervienen en el sistema del arte, las ferias se componen de las galerías quienes cumplen un papel esencial tanto en la exhibición y promoción de las obras de arte, como en la compraventa de las mismas, la creación y fomento del coleccionismo artístico, la difusión de las

nuevas y experimentales tendencias de arte contemporáneo, y la dinamización del contexto artístico.

Sólo algunas de las ferias manejan la formación de públicos y se realiza de una manera poco profunda, pero el ejemplo que tomaremos de base y uno de los más completos es la formación que lleva a cabo la feria de arte de Bogotá ArtBo.

ArtBo es el encuentro por excelencia para el mercado del arte en América Latina. Cada año, convoca a galerías nacionales e internacionales que son cuidadosamente seleccionadas para lograr una muestra de la mejor calidad. Además del aspecto comercial de la Feria, ArtBO ofrece un programa cultural y académico variado que busca sensibilizar al público y facilitar su acceso al arte (Artbo, 2016).

Desde la etapa uno de la investigación surge el interrogante por los métodos de formación y por el consumo cultural en las ferias de arte dentro del camino del arte y la educación, ya que estos siempre han sido establecidos como métodos de enseñanza para adquirir cultura, por lo tanto es intrínseco al desarrollo de las ferias de arte contemporáneo. Sin embargo, dentro del proceso se comienza a establecer la carencia de oportunidades pedagógicas y la poca difusión y experimentación de programas adecuados para cada feria según su concepto curatorial, no obstante, es un hecho que las pocas ferias que lo realizan lo hacen estableciendo el sentido crítico como elemento mayoritario y es por esto que el público siempre

podrá tener posibilidades de autoaprendizaje y acercamiento, pero es bastante importante que se cree la conciencia de las necesidades culturales feriales y no sólo de las necesidades comerciales.

## 2. METODOLOGÍA

Se presenta un estudio descriptivo y evaluativo que ha sido desarrollado por etapas, bajo la investigación del semillero Grupo DIVERSA, la cual se llevó a cabo de esta manera debido a que en la etapa uno se realizó la caracterización de las ferias de arte en América. Ahora bien, con base en esta información previamente recopilada, se trabajará en un análisis acerca de las ferias que llevan a cabo la formación de públicos, describiendo cuáles y cuántas lo realizan, y evaluando las funciones que prestan cada una de ellas, mediante una metodología cuantitativa no experimental.

## 3. IDENTIFICACIÓN DE FERIAS CON FORMACIÓN DE PÚBLICOS

Se identificaron las ferias de arte contemporáneo con formación de públicos en América y se evidenciaron las actividades con las que estas generan labores de formación. Teniendo en cuenta que en la investigación previa: Etapa 1: Puntos de encuentro

de la cultura y la educación en las ferias de arte de América, se identificó y concluyó que son pocas las ferias de la región que tienen formación de públicos, pero que quienes la realizan manejan labores que específicamente buscan un acercamiento y desarrollo para alcanzar una educación integral.

Las ferias que tienen formación de públicos en América son:

- Art Los Angeles Contemporary.
- Feria Sp-Arte, Sao Paulo.
- PARTE Feria de Arte Contemporáneo.
- The Affordable Art Fair.
- Odeón, Feria de Arte Contemporáneo.
- Feria Internacional de Arte de Bogotá 7. Art Basel Miami Beach.

Las actividades más relevantes que impactan en la formación de públicos, generalmente son programas académicos, culturales, experimentales, entre otros, por lo que se buscó conocer cuáles son y qué enfoque tienen para después de realizar una revisión de la tabla de caracterización de ferias de arte en América, comprobar que las siete ferias mencionadas tienen programación académica y cultural y así, determinar cuál es el nombre del programa que elaboran o su actividad principal. La clasificación de esta información se presenta por medio de una tabla de resultados.

## 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTA CONSUMO CULTURAL DANE 2014

Se realizó la recopilación de información acerca de investigaciones que hayan elaborado un trabajo estadístico de los últimos cinco años y que por temática principal tengan el consumo cultural, específicamente acerca de las visitas a ferias de arte, experiencias artísticas en vivo y asistencia a exposiciones de arte, para evaluar sus resultados y poder compararlos con el resultado arrojado de la formación de públicos en las ferias de arte contemporáneo de América. La encuesta sobre consumo cultural colombiano se realiza cada dos años, de manera que se trabajó sobre la correspondiente al 2014 por tratarse de la investigación más precisa y actual encontrada.

En distintas latitudes, desde diferentes perspectivas y magnitudes, algunos estudios han intentado abordar el tema del consumo cultural, de acuerdo con las características nacionales o poblacionales, las preferencias ciudadanas o los gastos realizados por las personas. A pesar de que en Colombia, existen mediciones alrededor de la oferta y el dinero gastado por las personas en bienes y servicios promovidos por el sector cultural (actividades de entretenimiento, diversión y ocio), estas no cuentan con la amplitud y periodicidad requeridas (DANE, 2008).

Es desde los parámetros estadísticos recopilados en esta encuesta, y bajo consulta de fuentes bibliográficas acerca de los estudios de muestreo y caracterización, de donde se seleccionaron las dos tablas a analizar, en las que tiene inferencia el público, el mercado del arte y el consumo de este.

## 4.1 IDENTIFICACIÓN DE FERIAS CON FORMACIÓN DE PÚBLICOS

La cultura, independientemente de la definición utilizada, suele considerarse ajena a los criterios técnicos u objetivos y, por ello, más cercana a relaciones estéticas o espirituales, a creencias y rituales, a formas de actuar y percibir el mundo, o a formas hegemónicas o masivas de concebirlo. Por ello, el «alto grado de indeterminabilidad y la imposibilidad de un consenso definitivo sobre sus contenidos y fines últimos» ha generado múltiples acepciones y adscripciones sobre lo cultural, que tienen como propósito la definición, diversa y divergente de sus límites, de acuerdo con los grupos, periodos, imaginarios, luchas y tiempos involucrados en ello (DANE, 2008).

El arte es una de las manifestaciones más elevadas de la actividad humana, como elemento esencial en el desarrollo y evolución del hombre, mediante la cual se expresa una visión personal y desinteresada que interpreta lo real o imaginado con recursos sonoros, plásticos o lingüísticos. Se ha demostrado científicamente que el estudio de las bellas artes, desde edad

temprana, cultiva en el ser humano una sensibilidad que lo lleva a desarrollar una ética muy sólida en su vida adulta (El Universal, 2016).

Las ferias de arte son en esencia el lugar donde por un corto periodo de tiempo, que generalmente no excede los cinco días, se puede encontrar la conglomeración de la industria cultural y artística no sólo nacional sino también internacional. Las siete ferias de arte que tienen formación de públicos y sus actividades son las que se presentan en la Tabla 1 a continuación:

**Tabla 1.** Ferias de arte contemporáneo con formación de públicos en América y la actividad o nombre de la actividad o proyecto que realiza.

Feria	Actividad o nombre de la actividad de formación de públicos
Art Los Angeles Contemporary	Conversatorios, performance y discusión Actividad: Charm of ink and wash
Feria Sp-Arte, Sao Paulo	Actividad: Arte Brasileños. Programa de conversatorio y programas de donación.
PARTE Feria de Arte Contemporáneo	Programación infantil separada de juvenil y adulta para inmersión en el arte. Actividad: B-ART Become a Part; Sea PARTE.
The Affordable Art Fair	Toures diarios. Actividad: Collect yourself.
Odeón, Feria de Arte Contemporáneo	Instalación insitu y visitas guiadas.

Feria Internacional de Arte de Bogotá	Actividad: Arte Cámara Tutor. Actividad: Articularte. Actividad: VIP programa de coleccionistas Foros, conversatorios, performances.
Art Basel Miami Beach	Actividad: Academic Art Program.

**Fuente.** Elaboración propia.

Por otra parte, algunas empresas también hacen parte de los procesos productivos de desarrollo como el programa educativo de Fundación Telefónica, el cual ofrece actividades dirigidas a escuelas de nivel inicial, primario y secundario, y actividades dirigidas a familias, docentes y público general.

Con foco en la cultura digital, la innovación y la tecnología se desarrollan propuestas educativas que generan nuevas experiencias, aprendizajes y permiten vivir la transformación que emerge en el nuevo contexto digital.

La feria de Arte de Bogotá (ArtBO) es la feria en Colombia que tiene más proyectos de formación: *Arte para Todos, Articularte*: programas de foros, charlas concertadas, debates, presentaciones y en general, todo lo dispuesto para el aprendizaje. Este año el planteamiento curatorial traspasó fronteras y entregó al espectador un acercamiento directo con la racionalidad y el territorio, así que el arte se manifestó de diferentes maneras.



Cuatro departamentos instituyeron el programa de M.U.S.E.O de la sección **Articularte** para ArtBO 2016. Los diferentes departamentos trajeron al recinto ferial diferentes modelos, formatos y preocupaciones que operaron dentro de escenarios museísticos. Cada departamento se propuso un espacio para el desarrollo de diferentes actividades divididas en ejercicios permanentes y talleres prácticos que se realizaron, acorde a una programación establecida. A continuación se describe cada uno de los departamentos, así como las estaciones y los talleres que las conformaron (ArtBO 2016):

- Departamento de postcolonialismo salvaje.
- Departamento de relaciones internacionales y fetiches.
- Departamento de la distracción.
- Departamento móvil de distribución.

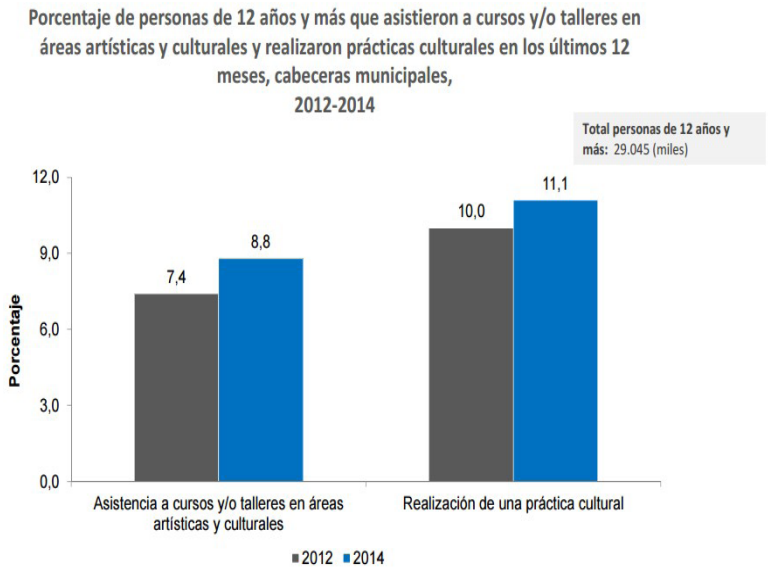
Las seis ferias restantes se enfocan en tener auditorios en los que realizan sus conferencias, estos se encuentran abiertos durante toda la jornada ferial y tienen una programación para que el visitante pueda entrar a los conversatorios de su interés, ya que tienen ponentes y temáticas diversas, todas relacionadas al arte en su mayoría. El espectador también puede interactuar con las obras, hacer parte de ellas, opinar y argumentar sus posiciones; un ejemplo de esta forma de interacción entre la feria y los públicos, es el realizado por la feria PARTE en su actividad B-PART donde las personas se toman **selfies** dentro de la feria, en los diferentes **stands** y con las obras de su mayor interés, estas fotografías se cargan en línea y con ellas se genera una nueva obra de arte que es exhibida en la feria.

## 4.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTA CONSUMO CULTURAL DANE 2014

El trabajo de las encuestas en el país es una constante para determinar los temas de interés; se puede ver que el DANE ha realizado estudios muy completos acerca del campo cultural donde las estadísticas muestran que el colombiano consume cultura y lo hace para su disfrute, en la mayoría de los casos, sin ningún otro particular. Por lo cual se puede inferir que las ferias de arte contemporáneo para el público no comprador son un elemento de distracción donde el espectador no buscan otro fin.

Se tomaron como referencia las estadísticas del DANE, puesto que en ellas se encontró la relación más directa con la comparación que se buscaba entre formación de públicos y las ferias de arte contemporáneo. La encuesta de consumo cultural del año 2014 arrojó los siguientes resultados.

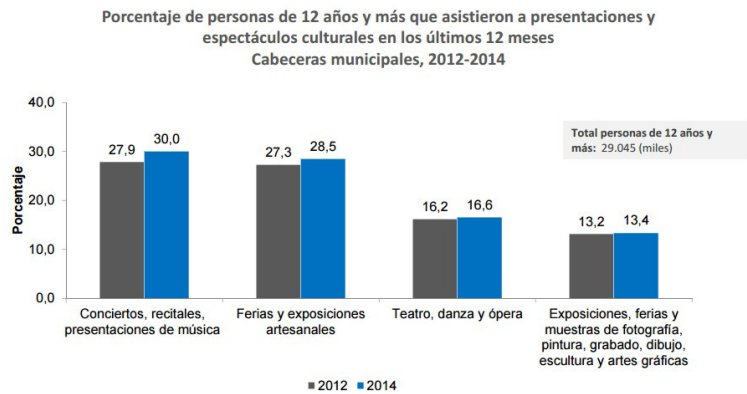
**Figura 1.** Porcentaje de personas de 12 años y más, que asistieron a cursos y/o talleres en áreas artísticas y culturales en los últimos 12 meses, cabeceras municipales, 2012-2014).



**Fuente.** DANE (2014).

En relación con las presentaciones culturales, entre ellas ferias de arte (motivo por el cual se selecciona), las encuestas arrojaron los siguientes resultados.

**Figura 2.** Porcentaje de personas de 12 años y más que asistieron a presentaciones y espectáculos culturales en los últimos 12 meses, cabeceras municipales, 2012-2014.



**Fuente.** DANE (2014).

Las exposiciones de arte, ferias, muestras fotográficas y exposiciones gráficas alcanzaron el 13.3% desde el año 2012 al 2014; este es el sector en donde se encuentran las ferias de arte contemporáneo, lo que quiere decir que su consumo para Colombia es medio: con un público establecido desde los doce años en adelante, es menor al de los conciertos que se encuentran en un 27%, sin embargo, no es un mal porcentaje teniendo en cuenta que las actividades culturales de exhibición son menos apetecidas que las de diversión.

Un porcentaje promedio del 9.3% busca el arte como formación, tomando cursos, talleres o realizando prácticas culturales y estas mismas personas pueden ser asistentes de las ferias de arte, por lo tanto, se resalta la importancia en que la feria realice un trabajo completo donde exhiba y eduque.

## 5. CONCLUSIONES

El consumo cultural se aborda en la línea propuesta por García Canclini, como el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica.

En esta segunda etapa de investigación se evidenció que el porcentaje de ferias que llevan a cabo programas de formación de públicos en América es menor al 5%; que las siete ferias de arte en América que llevan a cabo programas de formación realizan conversatorios y debates, estos son programas académicos que sirven para difundir información bajo una pedagogía básica y son un gran paso para el desarrollo, pero después de evidenciar lo poco conocidos y difundidos que son, se muestra la falta de apropiación hacia los mismos.

Existe una metodología de consumo donde la inversión se ve representada en generar bienestar y facultades especiales para los invitados especializados a quienes se quiere conservar, es decir: el público ya formado o el público actual, es decir, el consumidor e invitado previo por la organización. En estos programas feriales existe una despreocupación bastante alta por los demás tipos de públicos y por un interés de formación hacia ellos, lo que con el tiempo traería nuevos y mejores consumidores culturales que permanezcan y que sean proyectados bajo las necesidades actuales del sector.

Las ferias de arte contemporáneo en el mundo entero son una herramienta de difusión cultural y por tanto pedagógica, por lo cual la presente investigación establece la estrecha relación entre el arte y la educación, donde el arte juega un papel fundamental en el desarrollo de sentidos y percepciones que otras áreas no logra desarrollar en el ser humano, por tanto, el hombre siempre ha buscado instintivamente o por conocimiento, un lenguaje de apreciación y desarrollo de su lado artístico que este se ha usado a lo largo del tiempo como expresión de sus realidades cotidianas.

Las ferias son el mecanismo y el medio de exhibición del resultado del trabajo artístico, por tanto, las expresiones anteriormente mencionadas, hoy en día son un camino hacia la pedagogía para lograr cultivar personas con mayor sensibilidad y desarrollo profundo de criterios y elecciones para mejoramiento de la sociedad, por esto el sentido crítico con el que se desarrollan es bastante productivo.

Sin embargo, los resultados estadísticos arrojaron que entre las experiencias que busca el público sí se encuentra la asistencia a ferias, cursos y talleres artísticos; además estos no tienen un porcentaje inferior al teatro y danza, y aunque con una diferencia menor, está muy cercano a los conciertos. Es por ello que se puede llegar a la conclusión de que el público sí consume ferias y arte o, en este caso, ferias de arte contemporáneo, pero los mecanismos para el incremento de la audiencia son deficientes y necesitan más atención, sobretodo una programación mejor enfocada. Esto, sabiendo que como

futuros consumidores culturales, es muy importante que durante la primera y segunda infancia los niños no sean llevados a una feria sólo para ser un espectador más sino también para ser educados dentro de ella, de manera que los temas sean abordados de una manera distinta por la misma organización ferial para que logre tener un conocimiento adecuado y certero de porqué se encuentra en ese lugar.

El hecho de que las estadísticas también indiquen que las personas consumen cursos, talleres y prácticas culturales es una evidencia más de que la feria podría ser un factor determinante a la hora de enseñar y crear cultura en la sociedad que definitivamente si tiene interés en ello.

La feria de arte de Bogotá ArtBo es pionera en esta labor, cumple con la función y con las características de espacio y disposición de lugares para la atención y el encuentro con los diferentes tipos de públicos llevando a cabo una labor de formación.

Las estadísticas muestran que el porcentaje de consumo es alto y por lo tanto, se espera que las ferias de arte tomen ejemplo de programas como los que realiza la feria de arte de Bogotá ArtBo y así se masifique el sentido de enseñanza para que a futuro se genere una retribución importante en el desarrollo cultural de las sociedades.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acaso, M. (2015). Fracasar así, es todo un lujo. La necesidad de incorporar el arte en la escuela y la educación en las ferias de arte contemporáneo. Recuperado de <http://bit.ly/1GSUOjC>
- Arbeláez, M. (2013). El arte, un método de aprendizaje. Recuperado de <http://bit.ly/2dqbEVf>
- ArtBo. (2016). Contenido ArtBo. Recuperado de <http://bit.ly/2cVtURk>
- Benito, C. (2014). El porqué de la importancia del arte en educación. Recuperado de <http://bit.ly/1wnHLb6>
- Carta Cultural Iberoamericana. (2011). Foro: programa 3: Incremento de la formación de públicos para el acceso y el disfrute de la cultura. Recuperado de <http://bit.ly/2cJSmr9>
- DANE. (2008). Metodología Encuesta de Consumo Cultural. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/ConsumoCultural.pdf>
- El Universal. (2016). La importancia del arte en la educación. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.co/suplementos/viernes/la-importancia-del-arte-en-la-educacion-87023>
- Huyssen, A. (2002). En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización. México: Fondo de Cultura Económica. Recuperado de <http://bit.ly/2d8BzwT>
- Manme, RB. (2015) El nacimiento de la educación en museos. Recuperado de
- Panorama cultural. (2014). Editorial: Claves para la formación de públicos culturales. Recuperado de <http://bit.ly/2d8jhgK>
- Antoine. (2012). Fomento y creación de públicos para las artes ¿Qué sabemos sobre la creación de público para la cultura y las artes? La generación de audiencias (audience development) como disciplina. Recuperado de <http://bit.ly/2frF4z2>
- Leguizamó, D. y Velasco, N. (2015). Puntos de encuentro, la cultura y la educación en las ferias de arte de América, semilleros de investigación diversa. Bogotá: Universidad EAN.