

INFLUENCIA DE LAS NARRATIVAS EN LA CONSTRUCCIÓN DE IMAGINARIOS TURÍSTICOS SOBRE EL CABO DE LA VELA.



María Laura Aponte Aarón¹.

Resumen

La presente investigación tiene como finalidad analizar la influencia de las narrativas en la construcción de los imaginarios turísticos del Cabo de La Vela, empleando el enfoque mixto utilizando entrevistas, encuestas y observación no participante como principales instrumentos, encontrando que las agencias de viaje, los visitantes, los empresarios Wayuu locales y demás entidades que crean narrativas de este lugar, inducen a otros turistas a buscar principalmente

actividades de sol y playa, y con menos fuerza la cultura. Por tanto, se concluye que los imaginarios turísticos del Cabo de a Vela, están fuertemente influenciados por las fotografías, imágenes, vídeos y comentarios que sobre el destino hacen la mayoría de actores del turismo relacionadas con la belleza paisajística, por encima del significado cosmogónico del lugar.

Palabras Clave: Imaginarios turísticos, narrativas, Cabo de La Vela, turismo cultural, cultura Wayuu.

INFLUENCE OF NARRATIVES IN THE CONSTRUCTION OF TOURIST IMAGINARIES ABOUT CABO DE LA VELA.

Abstract:

The present research aims to analyze the influence of narratives in the construction of tourist imaginaries of Cabo de La Vela, using the mixed approach using interviews, surveys and non-participating observation as the main instruments, finding that travel agencies, visitors, local Wayuu entrepreneurs and other entities that create narratives of this place, induce

other tourists to seek mainly sun and beach activities, and with less force the culture. Therefore, it can be concluded that the tourist imaginary of Cabo de a Vela is strongly influenced by the photographs, images, videos and comments that most tourism actors make about the beauty of the andscape, above the cosmogonic meaning of the place.

¹ Magister en Planificación y Gestión del Turismo, Instructora de turismo en el SENA Regional Guajira. Investigadora activa. Email de contacto: maponte@misena.edu.co

Keywords: Tourist imagery, narratives, Cabo de La Vela, cultural tourism, Wayuu culture.

Introducción

El turismo es considerado como un fenómeno sociocultural que abarca todo el mundo, impulsado por la internacionalización económica y cultural

(Barreto, 2007). En Colombia, por su ubicación geográfica privilegiada, su riqueza pluriétnica y multicultural, se promueve la actividad turística como una estrategia para la generación de empleo y desarrollo de las regiones.

Así mismo, este país posee una gran diversidad de destinos que ofrecen productos turísticos a partir de la riqueza cultural y belleza natural de sus territorios. Uno de esos destinos es precisamente el Cabo de La Vela, atractivo emblemático del departamento de La Guajira, descrito como *paisajes de ensueño* (Destinos Awake Travel, 2020), *playas más tranquilas de Colombia* (Colombia Travel, 2020), o *hermosas playas de arena dorada* (Solera Travel, 2020).

No obstante, es importante indagar por qué siendo el Cabo de La Vela un territorio ancestral, mítico, espiritual, considerado por sus habitantes los indígenas Wayuu, como un territorio sagrado, los turistas lo visitan más por el disfrute de sol y la playa.

Por tal razón, la presente investigación tiene como propósito

analizar la influencia que tienen las narrativas en la construcción de los imaginarios turísticos sobre el Cabo de La Vela. Para lograrlo, primero se describieron las consideraciones teóricas sobre los conceptos pertinentes para la investigación; se identificaron los actores que influyen en la construcción de los imaginarios turísticos sobre el Cabo de La Vela y se revisaron las narrativas difundidas por ellos, cuando promocionan ese destino turístico.

Por otro lado, los imaginarios turísticos, tema estudiado de manera relativamente reciente, especialmente en diversos destinos turísticos, están a la orden del día, es por ello que dicha temática puede verse enriquecida con el estudio de este caso que se analiza en un territorio ancestral de los indígenas Wayuu.

Fundamento Teórico

Narrativas que influyen en la construcción de imaginarios turísticos.

Las narrativas son definidas por Ferrari (2013) como los elementos atractivos que figuran los espacios de las escenas turísticas aprendidas al momento de la experiencia vivida y son del orden de lo sensible estético y de la pasión por los viajes. En el momento en que imágenes, objetos y relatos orales y/o escritos que forman parte del recuerdo de la experiencia turística se transmiten a otros, las narrativas participan en la creación del

imaginario de otros individuos y del colectivo.

A lo anterior, se suma el siguiente pronunciamiento de Hiernaux (2002)

“De tal suerte, la experiencia del viaje transformada en narración, participa de la creación del imaginario del otro cercano, y de hecho participa así al imaginario colectivo, a la construcción de cierta visión subjetiva del lugar destino turístico o del acto turístico en sí. El narrador, como sujeto, reconstruye así su experiencia, la transmite y participa a un imaginario como productor de imágenes” (p. 31).

Siguiendo con los imaginarios, el estudio y la conceptualización de los mismos ha sido históricamente un campo de interés para la sociología. Hiernaux (2002) construye un concepto preliminar de imaginarios, definiéndolos como

“el conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, un periodo o una persona (o sociedad) en un momento dado. La representación que el imaginario elabora de un proceso, es construida a partir de imágenes reales o poéticas (inmersas en el campo de la fantasía). Variable y distendido, el imaginario es una construcción social –al mismo tiempo individual y colectiva - en permanente remodelación, una suerte de edificio mental que nunca se termina ni se terminará de ampliar o remodelar y que se gesta a partir de la historia, la experiencia social y los acervos de conocimiento, también llamados contextos internos” (p. 7).

Para Gravari y Graburn (2012) los imaginarios turísticos

“representan una porción específica de la visión del mundo que tienen los individuos o los grupos sociales, tanto en lo que concierne a los lugares distintos a su residencia principal, como en lo referente a lugares en los que podrían realizar actividades de ocio (prr. 2)”.

Finalmente, Enríquez y Robles (2014), plantean los imaginarios turísticos bajo un carácter simbólico, porque no son la realidad, sino la representación que de ella se elabora. Igualmente, Mujica (2010) establece que los imaginarios turísticos son “algo vivo”, sujeto a modificaciones y revisiones, como un proceso incompleto que además es variable en el tiempo, que lo individual y lo colectivo cambian igualmente su influencia en el mismo. Un ejemplo de ello es la información que recibimos regularmente acerca de un país: la prensa, los eventos cotidianos relatados por la televisión o la radio, no forzosamente se relacionan con la imagen turística que nos hacemos de ese sitio, ella misma construida progresivamente, pero contribuyen a deconstruir/reconstruir esta imagen (Hiernaux, 2002).

Sin embargo, “si una empresa o destino, según sea el caso, no construye por sí misma su imaginario, otros pueden encargarse de hacerlo y no necesariamente en el sentido deseado” (Herbert, 1988, p. 11).

Es decir, exista o no preocupación por la gestión del imaginario de la empresa, producto, corporación, [...] los diferentes grupos sociales o económicos con los que se relaciona la empresa, producto o corporación, se forman una imagen determinada de la misma. Esta imagen puede ser modulada sólo por información controlada inducida desde la empresa, producto o corporación, a partir de sí misma, de otros elementos ajenos o una mezcla de ambas situaciones (Díaz, 2002, p. 63).

Turismo Cultural.

Se ha definido turismo cultural como “una actividad económica basada en el uso de recursos medioambientales y socioculturales para atraer visitantes” (Fyall y Garrod, 1998).

Según MacCannell (2003, p. 33) toda atracción turística constituye una experiencia cultural, y los elementos que hacen positiva una experiencia turística están estrechamente ligados con los conceptos de autenticidad y de experiencia cultural. Este autor sostiene que estas experiencias se conforman por “modelos de vida social novelados, idealizados o exagerados que son de dominio público”.

El consumo de productos culturales puede realizarse de forma simultánea con otras actividades tales como la gastronomía, las compras, el turismo de naturaleza, etc. Puede ser el motivo principal para visitar un lugar o realizarse por añadir valor a la

experiencia de los visitantes, ya que su consumo se complementa con el deleite de otras actividades (Recuero, Blasco y García de Madariaga, 2016).

Destino turístico.

El destino turístico es definido por la Organización Mundial del Turismo [OMT] (s.f.) como el espacio físico en el que un visitante pernocta por lo menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos.

Así mismo, Buhalis (2000) afirma que el destino turístico es un lugar hacia el cual las personas viajan y deciden permanecer temporalmente, disfrutando de una serie de productos y servicios característicos del destino.

Para Rodríguez (2011), los destinos

“conforman realmente un sistema en el espacio, donde se entrecruzan otros dos sistemas más amplios: el turístico y el geográfico, y como tal actúa entre ambos. Por lo cual debe ser interpretado, planificado y gestionado, atendiendo tanto a sus elementos individuales (propios) como también a las interacciones que entre esos y otros elementos (incorporados) se producen” (p. 5).

Además, Rodríguez (2011) profundiza diciendo que

“el destino, como sistema integrado por diversos componentes que interactúan en un espacio determinado y cuyo resultado o “salida” es la oferta de servicios, no puede surgir, crecer, funcionar y

evolucionar de modo anárquico; por el contrario, requiere de la necesaria coordinación entre los “actores” presentes en ese territorio para poder mostrar al visitante un ambiente donde prime la adecuada fluidez y armonía necesaria en toda operación turística” (p. 6).

Métodos

La presente investigación adopta el enfoque de corte mixto porque representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implica la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008).

Dicho enfoque, es definido como la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno, y señala que éstos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales “forma pura de los métodos mixtos”; o bien, que dichos métodos puedan ser adaptados, alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con los costos del estudio “forma modificada de los métodos mixtos” (Chen, 2006, citado

en Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 534).

Diseño de la investigación

Para este estudio se utilizó el diseño exploratorio secuencial (DEXPLOS) que implica una fase inicial de recolección y análisis de datos cualitativos seguida de otra donde se recaban y analizan datos cuantitativos (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2008).

A su vez, se elige la modalidad derivativa. En esta modalidad la recolección y el análisis de los datos cuantitativos se hacen sobre la base de los resultados cualitativos. La mezcla ocurre cuando se conecta el análisis cualitativo de los datos y la recolección de datos cuantitativos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Instrumentos de orden cualitativos utilizados

Entrevistas

La entrevista se define como “una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar” (Díaz-Bravo, Torruco-García, Martínez-Hernández y Varela-Ruiz, 2013, p. 162). Canales (2006) la define como la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto. Por lo tanto, se hicieron diez (10) entrevistas a

indígenas de la etnia Wayuu, con roles determinantes para conocer el significado simbólico del territorio para ellos como comunidad local.

Diario de campo

Según Bonilla y Rodríguez (como se citó en Martínez, 2007)

“el diario de campo debe permitirle al investigador un monitoreo permanente del proceso de observación. Puede ser especialmente útil [...] al investigador, en él se toma nota de aspectos que considere importantes para organizar, analizar e interpretar la información que está recogiendo” (p. 77).

Observación no participante.

Se hace uso de la observación no participante como instrumento para la recolección de datos que, en palabras de Campos y Martínez (2012),

“se trata de una observación realizada por agentes externos que no tienen intervención alguna dentro de los hechos; por lo tanto no existe una relación con los sujetos del escenario; tan sólo se es espectador de lo que ocurre y el investigador se limita a tomar nota de lo que sucede para conseguir sus fines” (p. 53).

Para el caso de la investigación, se buscó estudiar las narrativas producidas por las agencias de viajes, los turistas, empresarios locales y otros actores con el fin de obtener una visión externa del territorio e identificar tanto similitudes como diferencias entre unos y otros para entender la

base del imaginario colectivo que se ha formado del destino.

Instrumentos de orden cuantitativos utilizados.

Encuesta

En la investigación social, la encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida (López – Roldan y Fachelli, 2015).

Se aplicaron 50 encuestas cuyas preguntas son de naturaleza subjetiva, donde se trató de identificar los medios a través de los cuales se transmitieron las narrativas sobre el Cabo de La Vela.

Población

De acuerdo con el *Informe Sector Turismo de La Guajira*, realizado por la Cámara de Comercio de La Guajira (2019) durante 2018 se registraron cerca de 82.225 visitantes; donde 15.740 eran pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares y 66.485 eran viajeros extranjeros no residentes en Colombia. De los cuales se tomó como universo histórico a 4.250 turistas que visitaron el Cabo de La Vela (alojados en las posadas *Apalanshi, Pantu, Marsol, Utta, Sau ipa y Jarrinapi*) en el primer trimestre de ese año.

Muestra

Para aplicar la encuesta a los turistas, se hizo necesario establecer la muestra poblacional. Es entonces cuando se aplica la siguiente fórmula.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}$$

Donde:

N: Es la población total de turistas.

Z: Nivel de confianza

p: Proporción esperada

e: Precisión

Realizándose la conversión, se obtuvo lo siguiente:

$$n = \frac{(4250) \cdot (1,645)^2 (0,05)(1 - 0,05)}{(4250 - 1) \cdot 0,05^2 + (1,645)^2 (0,05)(1 - 0,05)}$$

$$n = \frac{546,28}{10,75}$$

$$n = 50,81$$

El número de turistas a quienes se les aplicó la encuesta es 50.

Resultados

Entrevistas a uno de los principales actores del turismo en el Cabo, los Wayuu.

El Ministerio de Cultura de Colombia (s.f.) afirma que el Cabo de La Vela es considerado como un sitio sagrado de gran importancia para el pueblo Wayuu y se le asocia al último recorrido que hacen los espíritus hacia el fondo del mar, el cual se le denomina “la tierra de los guajiros muertos” (p. 2).

Lo anterior refleja la importancia de resaltar las concepciones sobre el Cabo de La Vela que tienen los indígenas Wayuu, debido a que son ellos uno de los principales actores de la actividad turística en este destino. Para ello, se aplicaron, diez (10) entrevistas a indígenas de la etnia Wayuu, con roles determinantes para conocer el significado simbólico del territorio, desde la comunidad local. No obstante, para esta investigación solo se señalaron 4 entrevistas.

En este sentido, con relación a la pregunta ¿Considera que el Cabo de La Vela es un territorio sagrado? Luis Fuenmayor, indígena Wayuu, manifestó que el Cabo de La Vela es “*Jepira en Wayuunaiki*”. Es el lugar más importante para los Wayuu porque “nos conecta” con otro “espacio espiritual y a ese espacio, van las almas de todos los Wayuu”. “*Jepira* es la base de toda su espiritualidad, sueños y pensamientos” (entrevista).

Al mismo tiempo José González, habitante de la comunidad Wayuu Nazareth, comentó que: “desde muy niño nos enseñaban nuestros abuelos que el paraíso terrenal que tenemos nosotros los Wayuu es *Jepira*, que todos al final terminamos nuestra labor en nuestra tierra. *Jepira* queda exactamente en el Cabo de La Vela” (Entrevista).

Eduardo Ipuana, joven habitante del Cabo de la Vela, afirmó que *Jepira* es un lugar donde “descansan las

almas” y donde se van a “reencontrar con sus antepasados”, también es un lugar sagrado porque “está lleno de historias y mitos que se deben respetar y valorar” (Entrevista).

Así mismo, Ángela Vanesa, empresaria Wayuu residente en Ranchería Iwouyaa, en el municipio de Riohacha, afirma que: *Jepira* es un “lugar sagrado para los Wayuu” y donde se “encuentran los antepasados”. También evoca “mucho energía, paz y tranquilidad” (Entrevista).

Siguiendo en la misma línea y dirección, las respuestas obtenidas en este aparte de las entrevistas, en

busca de conocer los imaginarios del turismo que tienen los habitantes de ese territorio por medio de la pregunta, ¿Qué piensa sobre el turismo?, se infiere que los Wayuu asocian el turismo con ganancias; es decir, tiene una connotación meramente económica. No importa la tipología de turismo o las actividades turísticas que deseen hacer en el territorio, a los Wayuu del Cabo de La Vela les es indiferente si son deportes náuticos, contemplación de paisajes, si es un lugar de paso hacia la alta Guajira o una tarde de ranchería, solo les interesa que el turista pague por la estadía y su alimentación.

Figura 1. Narrativas textuales que los turistas promulgan sobre el Cabo de La Vela por medio de la página web Tripadvisor.

Actor	Narrativas
Gustavo:	Paisajes espectaculares, mar, brisa, playa y hospitalidad. Un lugar que sin duda debes visitar, y después de eso querrás regresar. Recomendado el Ojo del Agua y el atardecer en el Faro.
Liliane:	Es un sitio digno de conocer. Después de haber contratado unos guías con moto para recoger, playa arcoíris, ojo del agua, y el pilón de Azúcar con su playa terminamos por el Faro.
Luis:	Los paisajes que encontramos son de ensueño y de playas exóticas, volvería otra vez.
Familia Aguirre:	Hermoso y majestuoso lugar. Con playas exóticas aguas calidas y de marea suave. Donde puedes disfrutar de refrescos mientras te deslumbras con sus paisajes.
Andrea:	El cabo es un lugar hermoso por su paisaje, playas muy bellas, la brisa, el cielo despejado, los colores, desconcierta un poco la desorganización de la comunidad, las basuras y la sensación de inseguridad que se puede sentir en algunos momentos. Sin embargo es un lugar mágico que todos deberíamos conocer.
Ángela:	Cabo es un lugar genial, en el pueblo encuentras hospedajes como hostales y cabañas, también allí puedes practicar kite, como atracciones encuentras el pilón de azúcar que es una montaña con una virgen donde puedes subir sin mayor dificultad y observar el espectacular paisaje, allí mismo hay una playa super linda para refrescarte y pasar el día, también para puedes visitar la playa Ojo de agua, donde también puedes visitar las montañas que la rodean para observar el paisaje completo y por supuesto disfrutar su playa.
Andrea Milena:	Es un lugar realmente hermoso que es digno de visitar no solo una sino muchas veces. El paisaje es realmente hermoso. Un lugar para recargar energía.
Lucerope:	Un hermoso sitio en la Guajira Colombiana, aunque hay que llegar por trochas, vale la pena ir, bellos paisajes y un hermoso mar tranquilo, con unas playas espectaculares.

Fuente: Elaboración propia basado en las narrativas que los turistas publican en Tripadvisor (2020).

Revisión de narrativas

Llegado a este punto, se aplicó el instrumento de la observación no participante para la recolección de las

narrativas de ocho turistas, diez agencias de viajes, quince empresarios locales del Cabo y cuatro blogs, donde se expone el Cabo de La

Vela como destino turístico para su posterior análisis.

En las narrativas de los turistas presentados en la Figura 1, se exalta la belleza del paisaje, la hermosura de las playas y la tranquilidad que el Cabo

transmite. Aunque un turista menciona que la poca organización, las basuras y la sensación de inseguridad que se puede sentir en algunos momentos, no es impedimento para disfrutar de la oferta encontrada en el Cabo de La Vela.

Figura 2. Narrativas que los agentes de viaje promulgan sobre el Cabo de La Vela en sus páginas webs.

Actor	Narrativas
Travel Guías:	<p>Cuando solo requieres comida y un sitio donde pasar la noche, este es uno de los lugares imperdibles para los aventureros, eso que solo viajan con una mochila como compañera.</p> <p>En la playa El Cabo, tienes restaurantes y posadas turísticas que te ofrecen una cama o si lo prefieres una hamaca para pasar la noche. Con aguas tranquilas de tonalidades verdes y azules, con acantilados cercanos donde practicar deportes acuáticos o simplemente dar un paseo disfrutando del paisaje.</p> <p>Si deseas una vista panorámica de Cabo de la Vela, no puedes dejar de ir al Faro, usado para guiar a los embarcaderos. Tendrás una perspectiva de toda la playa y algunas rancherías.</p> <p>Aquí en Cabo de la Vela una de las actividades que hay para hacer es visitar las rancherías, donde conocerás de primera mano las tribus Wayuu, por medio de danzas, pintura y vestimenta típica de la etnia.</p>
Guajira Mágica Excursiones:	<p>Salida a las 8 de la mañana visita Manaure para observar la explotación y las charcas de sal. Visita a Uribía antigua capital de la guajira, ahora capital indígena de Colombia, en el cabo de la vela visita al faro para observar la panorámica, al ojo de agua y al pilón de azúcar; playas donde podrán toma un refrescante baño. Incluye: transporte, guía, seguro de viajes, alojamiento en cama o hamacas y 4 comidas. (primer día almuerzo y cena – segundo día desayuno y almuerzo).</p>
Guajira Tours:	<p>El Cabo de la Vela es uno de los sitios más hermosos del país. En este tour realizaremos un recorrido por las principales playas de este mágico lugar. Kamaishi (en Wayunaiki) o Pílon de Azúcar una de las playas más hermosas de Colombia, una lugar donde el dorado la arena se combina con el azul del cielo y el verde cristalino del mar caribe.</p>
Colombia Travel:	<p>Para descansar en unas de las playas más tranquilas de Colombia es necesario viajar desde Riohacha hacia el norte por tierra durante unas tres horas hasta el Cabo de La Vela.</p> <p>En este sitio, al que llegó en 1499 el capitán Alonso de Ojeda, los viajeros encuentran posadas turísticas – varias hechas con bahareque y yotojoro (el corazón del cactus) – y pueden practicar deportes como kitesurf y windsurf.</p>
Expotur:	<p>El Tour al Cabo de la Vela te lleva a conocer uno de los paisajes más impresionantes y hermosos que tiene Colombia. Un lugar ideal para deleitarse con la espectacular unión entre el desierto y el Mar Caribe. Cabo de la Vela Tour te brinda la oportunidad de vivir una maravillosa experiencia de viaje en comunión con la cultura y las tradiciones de los indígenas Wayuu. En Cabo de la Vela Tour contemplaras la majestuosa puesta de sol sobre el mar Caribe desde el Faro en el Cabo de la Vela.</p>

Fuente: Elaboración propia basado en las narrativas de las diferentes páginas webs de las agencias de viajes (2020).

Figura 3. Narrativas que los agentes de viaje promulgan sobre el Cabo de La Vela en sus páginas webs.

Actor	Narrativas
Awake Travel:	<p>Visita una tierra de saberes y paisajes de ensueño, donde junto a anfitriones locales podrás vivir una experiencia única y de una manera responsable.</p> <p>[...] Donde podrás descubrir una tierra de saberes acompañado por la encantadora comunidad Wayuu, quienes te guiarán por los diferentes paisajes de ensueño como lo son el Cabo de la Vela, Punta Gallina, o las increíbles montañas cristalinas en las Salinas de Manaure.</p>
MacuiraTours:	<p>Jepirra (Cabo de la Vela), sitio sagrado de nosotros los Wayuu, es el paraíso terrenal donde van a descansar nuestras almas después de la muerte. Ven a pasar un día en un territorio sagrado, donde disfrutarás de sus playas, desierto e interactuar con una cultura milenaria, la Cultura Wayuu.</p>
Magic Tours Colombia:	<p>Cabo de la Vela: Paradisiaco lugar ubicado en la península de la Guajira, es sin duda un destino inigualable que nadie debe perderse de conocer. Desde allí se pueden apreciar hermosos atardeceres dignos de recordar al igual que el contraste verde y azul que brinda su mar y la arena blanca y dorada de las diferentes playas que se visitan hacen un contraste único y especial. Ideal para amantes de la naturaleza y la aventura.</p>
Living Col:	<p>Conoce los tours para explorar el desierto, ver espectaculares atardeceres y disfrutar de maravillosas playas.</p> <p>[...] La Guajira es el punto más norte de Colombia y Sudamérica; llegar a la Guajira es entrar en una dimensión diferente a lo que se conoce para disfrutar de esplendidas playas cristalinas y nuevas culturas. Su paisaje desértico encanta.</p> <p>Entre sus principales atractivos están las playas cristalinas del Cabo de la Vela que invitan a practicar deportes como el Kitesurfing y el Surf. Además, es territorio sagrado de los indígenas Wayuu, cuyos dialectos hacen parte hoy del patrimonio inmaterial de la Unesco.</p> <p>El Cabo de la Vela es uno de los atractivos por excelencia en la Guajira, está a cuatro horas desde Riohacha y brindamos toda la logística para que puedas disfrutar de El Faro, El Ojo de Agua y El Desierto de Carrizal; puedas interactuar con las Comunidades Indígenas Wayuu, aprender de su estilo de vida, dialectos y música ó también disfrutar de la adrenalina practicando deportes náuticos como el Kitesurfing en sus maravillosas playas.</p>
Asawa:	<p>El cielo en la tierra. No hay forma más simple de describir el Cabo de La Vela. Es lugar perfecto para encontrarse a si mismo, respirar paz y escuchar los sonidos calmantes del océano.</p> <p>[...] El Cabo de La Vela o Jepirrá (como es conocido por los wayuu) es un lugar para conectarse con la naturaleza y dejar a un lado las comodidades de la ciudad. El agua y la electricidad son servicios básicos a lo que estamos acostumbrados en las urbes. Pero en el desierto son un lujo.</p> <p>Por lo anterior, ten presente que los servicios de electricidad son intermitentes. Que el agua dulce es escasa y que muy seguramente te va a tocar bajar el baño con una cubeta.</p> <p>En el Cabo encuentras diferentes estilos de hoteles. Hay lugares donde tienen su planta de electricidad con unos horarios definidos y baños comunes. Hay otros donde puedes tener una habitación privada con mayores comodidades.</p>

Fuente: Elaboración propia basado en las narrativas de las diferentes páginas webs de las agencias de viajes (2020).

En las figuras 2 y 3 se evidencian las siguientes narrativas que promocionan al Cabo como: “un paradisiaco lugar”, “las playas más tranquilas de Colombia” o “un lugar para conectarse con la naturaleza”. Es

importante mencionar que en algunos casos se hace alusión a la espiritualidad que el territorio evoca en sus habitantes, donde se menciona que el Cabo de La Vela es “*Jepira*, sitio sagrado Wayuu”.

Figura 4: narrativas de los empresarios locales de Cabo.

Actor	Narrativas
Amistad hostel y restaurante.	<ul style="list-style-type: none"> • Relato de la historia de nuestro territorio “<i>Jepira</i>” y el Cabo de La Vela • Desayunos tradicionales • Almuerzos con una variada oferta de platos del mar • Comida vegetariana con la mejor sazón “el amor”
Restaurante y hospedaje <i>Dami</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante con variedad típica • Servicio de transporte local
Restaurante y hospedaje <i>Faym ag</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante con especialidad en pescados, mariscos y platos típicos de nuestra región.
Ranchería <i>Jareena</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante de dos pisos con una hermosa vista al mar con capacidad para 100 personas y una excelente variedad de deliciosas comidas típicas preparadas por las manos laboriosas de la mujer Wayuu.
Restaurante y hospedaje <i>Ka>i kashii</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante con especialidad en pescados, mariscos y platos típicos de la región.
Hostal <i>Kayuusipaa</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante con comidas típicas de la región • Arte Wayuu: chinchorros, mochilas y cerámica • Charlas sobre la mitología de <i>Jepira</i>
Restaurante y hospedaje la Ballena Azul	<ul style="list-style-type: none"> • Contamos con diferentes tipos de comidas con una amplia selección: Platos gourmet, parrilla, pastas y ensaladas.
Restaurante y hospedaje	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de restaurante con especialidad en comidas típicas. • Barra de servicios con una variedad de frutas frescas
Restaurante y hospedaje <i>Mar abierto</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante con una amplia variedad de comidas típicas de la región • Zona de bebidas refrescantes • Tienda artesanal • Presentación del Grupo de danza <i>Suku>a Wayuu</i>
Restaurante y hospedaje <i>Mile</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante con la mejor sazón Wayuu
Restaurante y hospedaje <i>Mira mar</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de restaurante con una gran variedad comida de mar y platos típicos de la región • Zona de bebidas refrescantes y pasabocas • Comidas rápidas.
Restaurante y hospedaje <i>Nila</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante con servicio de desayunos, almuerzo y cena con platos típicos de la región • Escuela de <i>kitesurf</i> • Noches inolvidables acompañadas de una hermosa iluminación con velas.
Refugio <i>Pantu</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante con una gran variedad en comida de mar y platos típicos de la región • Zona refrescante – mini bar
Restaurante y hospedaje	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante con variedad en comidas típicas de la región • Tour en yate por la región.
Hostal <i>Shipi>ia girnu</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Restaurante con una gran variedad comida de mar y platos típicos de la región • Planes todo incluido: transporte, hospedaje, alimentación y visita a las rancherías • Tienda artesanal Artes Wayatain • Presentaciones del Grupo de danza <i>Suku>aWayuu</i>

Fuente: Elaboración propia basado en las narrativas de los diferentes empresarios locales (2020).

En la figura 4 se muestra las narrativas de los empresarios donde prevalece la promoción de la gastronomía y los hospedajes en la búsqueda de generación de ingresos, y tímidamente se muestran elementos sobre la cultura Wayuu, es decir,

pocas actividades turísticas relacionadas con usos y costumbres. Este hallazgo muestra que los mismos empresarios Wayuu del Cabo de La Vela, no están interesados en desarrollar el turismo cultural.

Figura 5. Narrativas que se difunden sobre el Cabo de La Vela por medio de blogs.

Actor	Narrativas
Guías y baquianos	Llegar a Cabo de la Vela , es sumergirse la cultura Wayuu ; una cultura completamente diferente, de costumbres, rituales y colores llenos de vida y magia. Pero también es sentirse un poco en el Oriente Medio debido a la presencia de la mezquita de Omar Ibn Al-Jattab que quedó como legado dela ola de inmigrantes que se asentaron en Maicao por un tiempo.
Organización Colparques	El paisaje del Cabo de La Vela es singular y evoca un paraje lunar. Los vientos, de origen Alisios, son fuertes y casi permanentes; esto permite noches muy despejadas donde constantemente se aprecian estrellas fugaces y se disfruta de bellos atardeceres y amaneceres, al igual que de noches de luna llena son de singular encanto y romanticismo. Este mítico cabo, de nombre nativo Jepirra y que es un lugar sagrado, es destino final de las almas de los Wayuus y soñado paraíso de los colombianos.
Comfaguajira	Una tierra exótica, mágica y única que invita a que conozcas y disfrutes de todos sus encantos paradisíacos en el momento en que lo desees. Desde la Oficina de Mercadeo Corporativo de Comfaguajira organizamos y programamos su viaje al Cabo de La Vela o al destino que desees; es muy fácil hacerlo, solo decida cuando ir y le programamos esta experiencia fascinante en este lugar especial de La Guajira
Chip Viajero	El Cabo de La Vela nos regaló unos de los mejores paisajes en nuestro recorrido por Colombia, vivimos una experiencia fantástica en un lugar con una esencia indescriptible que definitivamente hay que conocer.

Fuente: Elaboración propia basado en las narrativas de los diferentes blogs (2020).

En la figura 5 se evidencian las siguientes narrativas en algunos blog y páginas webs diferentes a las agencias de viajes: “llegar a Cabo de La Vela, es sumergirse en la cultura Wayuu”, “lugar de bellos atardeceres”, “lugar con uno de los mejores paisajes de Colombia”. Lo anterior muestra la preponderancia del sol y la playa en dichas narrativas, y a pesar de la importancia cosmogónica que tiene este territorio para sus habitantes, los indígenas Wayuu, también se denota la indiferencia por compartir con los turistas esa realidad del territorio

Las narrativas visuales compiladas en la figura 6 destaca al Cabo de La Vela como un destino de sol y playa.

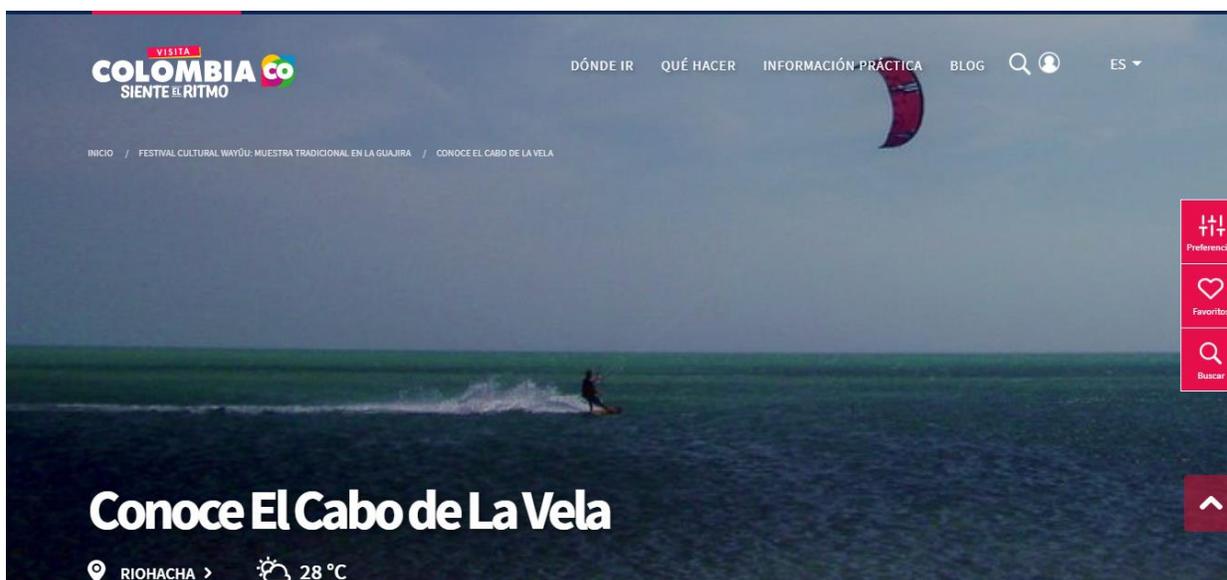
Figura 6. Narrativa visual del Cabo de La Vela.



Fuente: Guía Turística Vive Colombia (2020).

También se hace referencia al componente cultural, en este caso, una indígena Wayuu.

Figura 7. Narrativas visuales sobre el Cabo de La Vela.



Fuente: Tomado de Colombia Travel (2020).

De acuerdo con la principal narrativa visual que emplea Colombia Travel en su página sobre el Cabo de La Vela (Figura 7), se puede inferir que se promociona como un lugar para practicar el Kitesurf, también es importante destacar que, el Cabo de La Vela es promocionado como un destino para disfrutar de la tranquilidad, el mar y la playa.

Encuesta

Para indagar sobre los medios a través de los cuales se transmitieron las narrativas sobre el Cabo de La Vela, se aplicaron 50 encuestas cuyas preguntas fueron de naturaleza subjetiva. Por ello, la codificación y tabulación general de los datos recolectados, hicieron posible ordenar y agrupar de forma sistemática, coherente y sencilla toda la información encontrada en el estudio

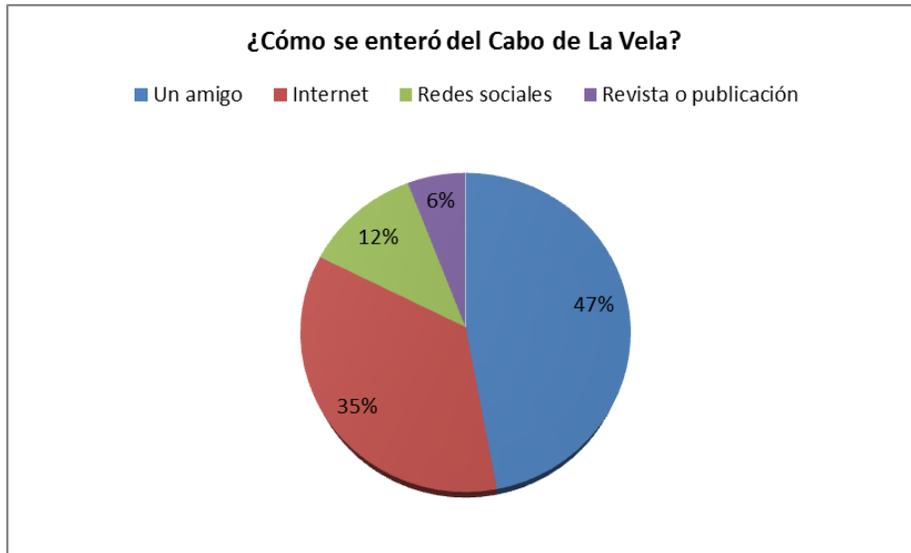
para ser confrontada a un previo análisis, obteniendo los siguientes resultados.

La muestra poblacional utilizada para la investigación evidenció que el 40% de los encuestados eran mujeres y el otro 60% hombres; el 54% eran jóvenes entre 19 y 25 años y el 46% eran adultos entre 26 y 65 años. Seguidamente los turistas encuestados eran en su mayoría nacionales (55%) provenientes de grandes ciudades como Medellín y Bogotá, el 45% restante eran residentes de países como Alemania, Australia, Bélgica, Inglaterra, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Francia y Holanda.

Es importante destacar que el 69% de los turistas visitaron el Cabo de La Vela con amigos, el 15% con otro tipo de acompañantes (parejas, otros

turistas, grupos de estudio), el 11% con la familia y el 5% solos.

Figura 8. Medios por los cuales los turistas supieron del Cabo de La Vela.

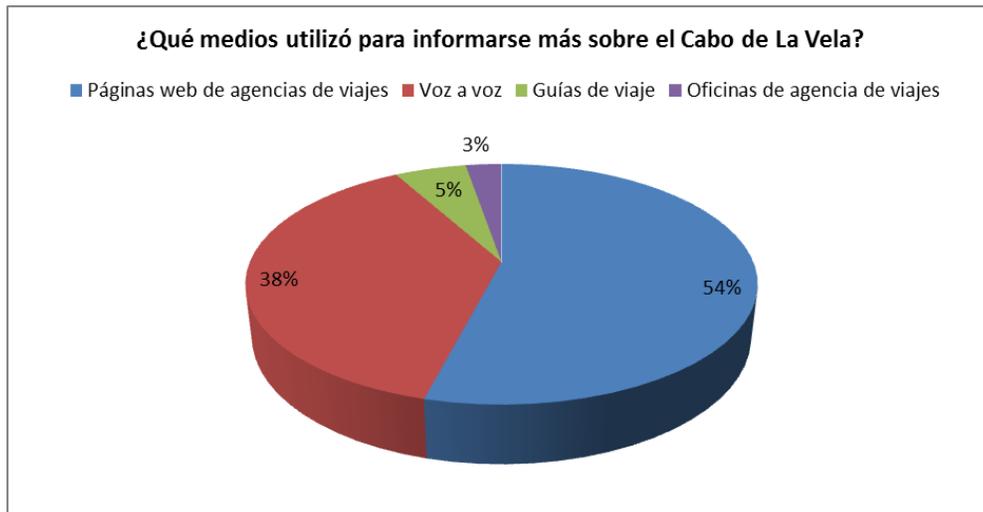


Fuente. Elaboración propia (2020).

En la figura 8, se refleja como los turistas se enteraron de la existencia del Cabo de La Vela, donde el dialogo

entre amigos y el internet contribuyen fuertemente en la decisión del viaje de otros hacia este lugar.

Figura 9. Medios que ayudaron a construir la imagen del destino.

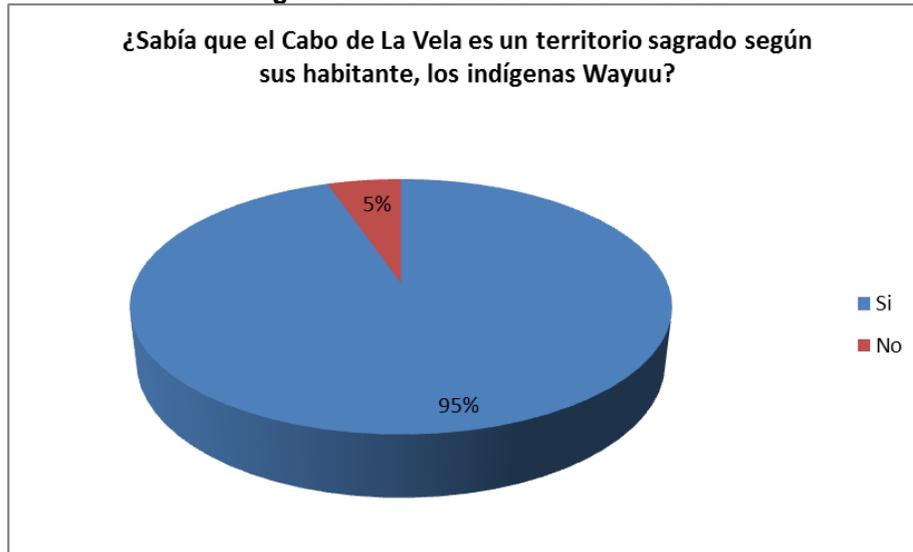


Fuente: Elaboración propia (2020).

La figura 9, muestra que las páginas web de las agencias de viaje seguido del voz a voz, son los

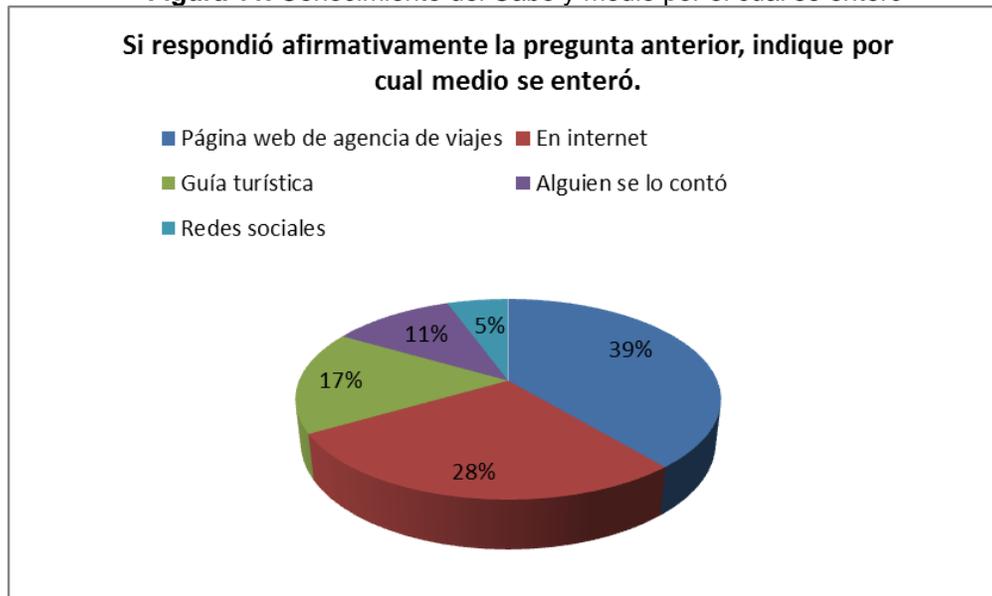
principales medios a través de los cuales los turistas se informaron más sobre el destino.

Figura 10. Conocimiento sobre el Cabo.



Fuente: Elaboración propia (2020).

Figura 11. Conocimiento del Cabo y medio por el cual se enteró



Fuente: Elaboración propia (2020).

De acuerdo con las figuras 10 y 11, donde se les pregunta a los turistas, si conocen sobre la espiritualidad del Cabo y en caso de ser afirmativo, indicar por el medio por el cual lo descubrió, se puede afirmar que el

95% de los turistas que respondió afirmativamente (figura 10), dicen que se enteraron por medio de las páginas webs de las agencias de viaje (39%) e internet (28%) (figura 11).

Discusión y conclusiones

Durante el desarrollo de la presente investigación se aplicaron las entrevistas, encuestas y observación no participante como instrumentos para alcanzar los objetivos propuestos inicialmente. En primer lugar, las entrevistas aplicadas proporcionaron bases para afirmar que el Cabo de La Vela es un territorio sagrado para sus habitantes, los indígenas Wayuu, quienes contemplan el turismo básicamente como una fuente para obtener ingresos, a través de la venta de hospedaje y alimentación, nada más allá de eso.

Con referencia a lo anterior el poco interés de sus habitantes por mostrarse como un territorio étnico, es quizás una de las causas por las cuales en la oferta turística no se evidencian actividades culturales que muestren los usos y costumbres de los locales, y ello desestimula las bases para la construcción del imaginario del Cabo de La Vela, como un destino de cultura Wayuu, que se debería dar por sus características de “lugar sagrado”, “lugar lleno de mitos y creencias”; por el contrario ese lugar cada vez más se posiciona como un sitio para el disfrute del “sol y la playa”. El fenómeno anterior hizo que otros actores como las agencias de viajes, se hayan encargado de influenciar fuertemente en la construcción del imaginario colectivo que se tiene del Cabo de La Vela actualmente, tal como lo sustenta Helbert (1998).

Por su parte, MacCannell (2003) dice que toda atracción constituye una experiencia cultural, no obstante, las narrativas que los turistas hacen del Cabo de La Vela después de su visita, no se concilian con esta consideración, ya que el destino es más disfrutado por sus bellos paisajes que por su cultura. Lo antes expuesto es resultado de la fuerza de las narrativas sobre el Cabo de La Vela, como un lugar de paisajes prístinos, sol, mar, desierto, que hacen los turistas con el voz a voz a través de las redes sociales transmitiendo una imagen fundamentada en la experiencia que han vivido al visitar el destino tal como lo plantea Ferrari (2013).

Es importante destacar que entre las narrativas de los turistas y las agencias de viajes hay algunas diferencias en su contenido: mientras que los primeros hacen especial énfasis en la belleza del paisaje, la tranquilidad, la hermosura de las playas, dejando de lado en la mayoría de los casos, lo cultural y simbólico del territorio; los segundos hacen un poco más alusión a la cultura y lo sagrado de este; sin embargo, la fuerza del sol, la playa, arena dorada y los paisajes sigue predominando a la hora de promocionar el destino.

Finalmente, las fotografías, imágenes, historias contadas, las descripciones que sobre el lugar se hagan, son narrativas que ayudan a construir imaginarios e influyen en la decisión del viaje y van marcando los

lugares como destinos para el disfrute de actividades turísticas relacionadas con lo que ellas muestran. Es aquí donde los imaginarios turísticos son importantes para el desarrollo de un mejor destino tal como lo expresa Mujica (2010), pues son claves a la hora de definir productos turísticos, posicionarlos y mercadearlos. Así las cosas, para el caso del Cabo de La Vela, la construcción de imaginarios puede ser un instrumento de gestión que ayudaría a la valoración de los recursos turístico, especialmente de la cultura Wayuu y al desarrollo sostenible del territorio, en donde las narrativas cumplen un papel determinante.

Referencias bibliográficas

- Barreto M., (2007). *Turismo y cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas*. Tenerife: España: PASOS.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*. 21, 97-116.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Campos, G., y Martínez, N. E. L. (2012). La observación, un método para el estudio de la realidad. *Xihmai*, 7(13), 45-60. Recuperado de <file:///C:/Users/APRENDIZ/Downloads/Dialnet-LaObservacionUnMetodoParaElEstudioDeLaRealidad-3979972.pdf>.
- Canales Cerón M. (2006). *Metodologías de la investigación social*. Santiago: LOM Ediciones. p. 163-165.
- Colombia Travel (2020). *Conoce El Cabo de La Vela*. Recuperado el 10 de octubre de 2020 <https://colombia.travel/es/riohacha/conoce-el-cabo-de-la-vela>.
- Destinos Awake Travel (2020). *Cabo de la Vela, Manaure y Playa Pílon de Azúcar*. Recuperado el 10 de octubre de 2020 <https://awake.travel/la-guajira/experiencia/cabo-de-la-vela-manaure-y-playa-pilon-de-azucar/>.
- Díaz, R., (2002). *Interrelación entre imagen y comunicación en destinos turísticos*. Universidad de la Laguna. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/39379797_Interrelacion_entr_e_imagen_y_comunicacion_en_destinos_turisticos.
- Díaz-Bravo, L., Torruco-García, U., Martínez-Hernández, M., y Varela-Ruiz, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167.
- Enríquez, J. Á., y Robles, M. E. (2014). Imaginarios sociales acerca del turismo en Roses, Cataluña. *Teoría y Praxis*, 15, 138-162.
- Ferrari, C. (2013) A visualidade nos contratos comunicativos em revistas de turismo: construção de imaginários para turistas. [Tesis de doctorado]. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUCSP, São Paulo.
- Fyall, A. y Garrod, B. (1998). Heritage tourism: at what Price? *Managing Leisure*. 3(4) pp 213-228.

- Gravari, M., y Graburn, N. (2012). Tourits imaginaries. *VIA Tourism reviw.* (1), 1-5. Recuperado de <https://journals.openedition.org/viatourism/1180>.
- Herbert, N. (1988): La empresa y su imagen. *La publicidad institucional: ¿para qué?, ¿cómo?*. Madrid: España. Editorial Deusto.
- Hernández, Fernández y Baptista, (2014). *Metodología de la investigación (6ªed.)*. México DF: México. Mc Graw Hill Education. Recuperado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sextaedicion.compressed.pdf>.
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. P. (2008). *El matrimonio cuantitativo cualitativo: el paradigma mixto*. En J. L. Álvarez Gayou (Presidente), 6º Congreso de Investigación en Sexología. Congreso efectuado por el Instituto Mexicano de Sexología, A. C. y la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Villahermosa, Tabasco, México.
- Hiernaux, D. (2002). *Turismo e Imaginarios. En Imaginarios Sociales y Turismo Sostenible Costa Rica*: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO 7-36.
- MacCannell, D. (2003). *El Turista: Una Nueva Teoría de la Clase Ociosa*. Madrid, España: Melusina.
- Martínez, L. (2007). La observación y el diario de campo en la definición de un tema de investigación. *Revista perfiles libertadores*, 4(80), 73-80.
- Ministerio de Cultura de Colombia (s.f.). *Wayuu. Gente de arena, sol y viento*. Recuperado el 14 de octubre de 2020 de <https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Documents/Poblaciones/PUEBLO%20WAY%C3%9AU.pdf>.
- Mujica, E. (2010). *La construcción de imaginarios a partir del turismo: Incidiendo en la valoración de los recursos turísticos y en el desarrollo sostenible de las comunidades*. En De Myttenaere, D y Bellón, E. (Ed.), *Desarrollo territorial y turismo: Una aproximación a partir de la valorización turística* (p. 239-262). Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Organización Mundial del Turismo [OMT] (s.f.). *Glosario de términos*. Recuperado el 10 de octubre de 2020 de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.
- Recuero, N. Blasco, F. y García de Madariaga, J. (2016). *Marketing del turismo cultural*. Pozuelo de Alarcón, Madrid, ESIC Editorial. Recuperado de <https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/ereader/senavirtual/119655?page=27>.
- Rodríguez R. (2011). Destino turístico. Realidad y concepto. *Revista TURyDES*. 4(11). 1-10. Recuperado de <https://www.eumed.net/rev/turydes/11/rrf.html>.
- Solera Travel (2020). *Visita el Cabo de la Vela*. Recuperado el 10 de octubre de 2020 <https://soleratravels.com/>.
- Tripadvisor (2020). *Cabo de La Vela*. Recuperado el 11 de octubre de

2020 de
https://www.tripadvisor.co/Attraction_Review-g12033670-d8492881-Reviews-Cabo_de_la_Vela-Cabo_de_La_Vela_La_Guajira_Department.html.

Vive Colombia (2020). *La Guajira Colombia Guía turística*. Recuperado de:
<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/analisis-sectorial-y-promocion/promocion-turistica/guias-turisticas-por-departamentos/descargar-en-pdf-la-guajira/descargar-en-pdf-la-guajira.pdf.aspx>