



Turismo y Sociedad

ISSN: 2346-206X

revistaturismoysociedad@uexternado.edu.co

Universidad Externado de Colombia
Colombia

Vásquez Argüello, María del Rosario
Imaginarios de turistas, visitantes y población local de Venezuela sobre Colombia.
Estudio de caso: Ciudad Guayana (Puerto Ordaz y San Félix), Estado Bolívar
(Venezuela)
Turismo y Sociedad, vol. 15, 2014, pp. 267-282
Universidad Externado de Colombia
Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.ox?id=576261185019>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

REFLEXIONES ESTUDIANTILES

MARÍA DEL ROSARIO VÁSQUEZ ARGÜELLO
Estudiante de la Facultad de Administración de
Empresas Turísticas y Hoteleras de la
Universidad Externado de Colombia.
[chayo184@hotmail.com]

TOURISTS, VISITORS,
VENEZUELAN RESIDENTS
AND ITS IMAGINARIES ABOUT
COLOMBIA. CASE STUDY:
CIUDAD GUAYANA (PUERTO
ORDAZ Y SAN FÉLIX), ESTADO
BOLÍVAR (VENEZUELA)



IMAGINARIOS DE TURISTAS, VISITANTES Y POBLACIÓN LOCAL DE VENEZUELA SOBRE COLOMBIA. ESTUDIO DE CASO: CIUDAD GUAYANA (PUERTO ORDAZ Y SAN FÉLIX), ESTADO BOLÍVAR (VENEZUELA)¹

¹ Título del trabajo de grado presentado a la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia, bajo la dirección de la profesora Marta Vélez, para optar por el título de pregrado de dicha facultad. Un agradecimiento especial a la profesora Marta Vélez por su apoyo en la realización de este artículo. No obstante, la autora del mismo asume la completa responsabilidad por la ejecución del mismo.

Fecha de recepción: 12 de septiembre de 2014.
Fecha de modificación: 19 de octubre de 2014.
Fecha de aceptación: 7 de noviembre de 2014.
Para citar el artículo: VÁSQUEZ, M.R. (2014). Imaginarios

Resumen

Los conflictos internos que tiene Colombia y la inseguridad que muchos países afirman que la aquejan (como se puede evidenciar en las advertencias que estos emiten), han ocasionado que muchas personas se hayan abstenido de visitarla. Esta ha sido una motivación para desarrollar el presente estudio, que se realiza como trabajo de grado de la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia. El presente artículo muestra una investigación en la cual se busca conocer el imaginario que tiene la población de Ciudad Guayana en Venezuela respecto a Colombia, y su percepción una vez visita el país. El estudio se lleva a cabo por medio de un sondeo a través de entrevistas y encuestas. Los venezolanos muestran una buena imagen y un gran interés por conocer el país, sin embargo, tienen presentes los problemas internos y conflictos que ha tenido y aún tiene Colombia, aunque de acuerdo a los resultados de la investigación, la gran mayoría desea visitarla.

Palabras clave: imaginarios, percepción turística, imagen, Ciudad Guayana.

Abstract

Many potential international visitors have decided against Colombia as a travel destination, due to the nation's existing internal conflicts and as a result of warnings issued to

de turistas, visitantes y población local de Venezuela sobre Colombia. Estudio de caso: Ciudad Guayana (Puerto Ordaz y San Félix), Estado Bolívar (Venezuela), *Anuario Turismo y Sociedad*, vol. xv, pp. 267-282. DOI: 10.18601/01207555.n15.19

would-be travelers by external nations (examples provided in article). This paper examines the views held by the locality of Ciudad Guayana, Venezuela toward Colombia and the perception they have once they have visited the country, to determine how potential visitors source travel information and how this may affect their decision making.

This paper presents the results of interviews and surveys conducted with residents of Ciudad of Guyana, proving that while many Venezuelans held a positive view and great interest in the country, they also remembered recent internal conflicts. Despite this, it was found that a vast majority expressed a wish to visit Colombia.

Key words: imaginaries, touristic perception, image, Ciudad Guayana.

Introducción

Este artículo presenta la investigación “Imaginarios de turistas, visitantes y población local de Venezuela sobre Colombia. Estudio de caso: Ciudad Guayana (Puerto Ordaz y San Félix), Estado Bolívar (Venezuela)”, que fue desarrollado como trabajo de grado para optar al título de Administradora de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia. Tiene como objetivo comprender la construcción de los imaginarios sociales y las percepciones sobre Colombia en Puerto Ordaz y San Félix (Ciudad Guayana) y si ella cambia una vez la población de Ciudad Guayana visita el país. De igual manera, se quiso conocer las imágenes que los guayaneses relacionan con Colombia y, por otra parte, los factores que han contribuido a la construcción de su imaginario.

La primera parte del artículo presentará las características particulares de Ciudad Guayana. Posteriormente, se enunciarán los resultados obtenidos en el sondeo de opinión y analiza-

dos a partir de los conceptos y teorías sobre los que se basa el estudio.

Metodología

La metodología de la investigación fue cualitativa. Se recopilaron fuentes primarias y secundarias que permitieron el desarrollo de la investigación. Las fuentes secundarias se utilizaron para comprender el concepto de los imaginarios y todos los elementos que se deben tomar en cuenta al momento de investigar el tema en una población; este proceso se hizo tomando en cuenta a varios autores, tales como GUNN, 1972; REYNOLDS, 1965, CFR. ECHTNER Y RICHTIE, 2003; SELBY, 2004; y CANCLINI, 1997. El autor central en cuyos conceptos se basaron los análisis del trabajo de investigación fue ARMANDO SILVA, por su amplia conceptualización en este tema en Latinoamérica.

Igualmente, las fuentes secundarias fueron usadas en el momento de la descripción de Ciudad Guayana, la cual fue escogida debido a que la autora de la investigación proviene de allí y por las características que presenta la ciudad al momento de su fundación, como la presencia de colombianos y otros extranjeros (españoles, chilenos, portugueses y ecuatorianos).

Las fuentes primarias usadas en la investigación fueron entrevistas a profundidad y encuestas que se aplicaron a cuarenta personas aleatoriamente. Los cuestionarios contenían preguntas que indagaban las temáticas de los objetivos propuestos y que evaluaban desde el nivel de conocimiento de los venezolanos con respecto a Colombia hasta las palabras y las imágenes que los entrevistados relacionaban con el país. Algunas preguntas usadas para lograr este propósito fueron: Mencione palabras que usted crea representan a Colombia, ¿Qué imagen tiene usted de Colombia?, ¿Ha visitado Colombia?, ¿Cree que su percepción

del país cambiaría si lo visitara? Dichas preguntas se hicieron con la finalidad de conocer la percepción que los encuestados del sondeo tienen con respecto a Colombia y determinar si una vez visitaban el país su percepción del mismo cambiaba.

Otro mecanismo aplicado para obtener información de los imaginarios de los venezolanos encuestados fue escoger imágenes que representaran algunos de los estereotipos de Colombia. Estas fueron seleccionadas de manera aleatoria y permitieron determinar cuáles imágenes relacionan con Colombia los guayanenses a quienes se les aplicó la encuesta. Así mismo, durante el proceso de investigación se procuró que todos los entrevistados tuvieran diferentes perfiles en los dominios económicos, sociales y políticos. Las entrevistas a profundidad, en total tres, se ejecutaron con el objetivo de que las personas pudieran explicar de forma explícita sus imaginarios con respecto a Colombia sin en-

contrarse sesgadas por un cuestionario, si no que se sintieran abiertas a expresar cualquier opinión o experiencia que hubiesen sentido con respecto al país.

Una vez realizado el proceso de recopilación de la información, se procedió a la organización y elaboración de estadísticas de los resultados. Posteriormente, se hizo el análisis apoyado en las teorías de los imaginarios, a través de las cuales se pudiera determinar si dichos razonamientos se podían aplicar a la población de Ciudad Guayana.

Un lugar especial, Ciudad Guayana

Ciudad Guayana está ubicada al norte del Estado Bolívar, Venezuela. Por la misma pasan dos de los ríos más importantes del país, el Orinoco y el Caroní. La siguiente imagen muestra su ubicación en el mapa de Venezuela:

MAPA 1. Ubicación de Ciudad Guayana en el mapa de Venezuela



Fuente: Google imágenes, (2012)².

2 Google imágenes (2012). Disponible en la worldwide. Tomado de [

Una de las razones por las que se decidió hacer el estudio en este destino fue que la autora de la investigación es originaria de esa ciudad y por las particularidades del lugar. Ciudad Guayana es la capital del municipio Caroní, que cuenta con una población de 704.585 habitantes (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DE VENEZUELA, 2011). Se caracteriza por ser una de las pocas ciudades planificadas de Venezuela, pues fue concebida como ciudad industrial, lo que atrajo a una importante población extranjera y de otras partes de Venezuela, que impulsaron un alto desarrollo en Guayana en los ámbitos social y cultural, apoyado por el “Plan IV de Sidor” y el “Plan Guayana”.

Una de las características resaltantes de la dinámica de crecimiento poblacional del Estado Bolívar radica en que este territorio de 238.000 km², que representa el 26,2% del territorio nacional y es el más grande de Venezuela, se encuentra prácticamente deshabitado, lo que influye en la baja densidad de población.

La ocupación de su territorio durante los últimos 50 años ha estado directamente relacionada con la localización y evolución de las actividades económicas en torno a la extracción del hierro, bauxita, generación hidroeléctrica, protección y producción forestal, asentamientos en torno a la presencia en el subsuelo de oro, diamantes y ciertas actividades agrícolas. (CORDERO, 2011, p. 19)

La principal actividad económica de ciudad Guayana son las industrias básicas: Sidor, Ferrominera, Bauxilum y todas aquellas pertenecientes a la Corporación Venezolana de Guayana (CVG). Este auge económico permitió el desarrollo de la zona y, por consiguiente, de oportunidades de trabajo, lo que condujo a que un número significativo de personas se trasladaran hasta esta ciudad.

En esta época de auge económico, Ciudad Guayana representaba el lugar de las oportunidades, donde muchos llegaban a buscar trabajo, crear empresa y hacer su fortuna, pues todos los niveles de trabajo se encontraban disponibles: desde operativos hasta gerenciales.

A partir del año 1950 hasta lo reflejado en el censo de 1980, la tasa de crecimiento relativo, así como la tasa de crecimiento geométrico, sitúa al Estado Bolívar por encima del valor nacional, y durante los períodos intercensales 1961-1971 y 1971-1981 duplica el promedio nacional de crecimiento. Es de hacer notar que en el período 61-71 esta entidad alcanzó la más alta tasa de crecimiento geométrico registrada, con 5,67 por cada mil, la cual hasta este momento no ha sido superada ni siquiera por el país. Estos son precisamente los períodos en que, producto de la construcción de la central hidroeléctrica de Guri, así como la instalación de las industrias básicas del hierro y el aluminio, Ciudad Guayana pasa a atraer población de otros Estados del país y del extranjero. (CORDERO, 2011, p. 16)

Esta nueva población en la ciudad cubría la mano de obra que se necesitaba en las industrias básicas. Gran parte de los trabajos profesionales que se solicitaban fueron ocupados por los extranjeros, quienes tenían gran experiencia en esa área, al contrario de los venezolanos, que en ese momento no poseían el conocimiento necesario para desarrollar los trabajos demandados.

Anteriormente se mencionaron los planes Guayana y IV de Sidor, los cuales fueron fundamentales en la creación de la ciudad. El primero consistía en la creación de viviendas y la planificación de Guayana. Fue apoyado por especialistas del MIT (Massachusetts Institute of Technology) (MARTÍZ, 2012). Consistía en que la ciudad tuviera la infraestructura necesaria

para que todas aquellas personas que llegaran se pudieran radicar en ella (CORDERO, 2011). El segundo plan buscaba brindarle ayuda económica a los trabajadores de la empresa Sidor, como el pago de pasajes y el alojamiento.

Como se muestra en el siguiente cuadro, entre los años 1976 y 1987, Ciudad Guayana recibió un importante número de personas que provenían de otros países y de distintas regiones de Venezuela.

TABLA 1. Resumen de migraciones Estado Bolívar. 1976-1987

Año	Población total	Población nacida en ciudad Guayana	%	Población no nacida en ciudad Guayana	%
1976	134.493	9.858	7,3	124.635	92,7
1977	149.852	12.325	8,2	137.527	91,8
1978	163.504	16.614	10,2	146.890	89,8
1979	180.329	21.220	11,8	159.069	88,2
1982	199.143	33.884	17,0	165.259	83,0
1986	245.184	42.785	17,5	202.399	82,5
1987	254.332	254.332	17,5	210.731	82,5

Fuente: CORDERO, 2011, p. 61.

En el cuadro se aprecia que en el año 1976 sólo un 7,3% de la población nació en Ciudad Guayana, incluso diez años después la cifra de personas no nacidas en la ciudad sigue siendo mayor (82,5% frente a 17,5%), superándola en un 65%. Actualmente, aunque la ciudad ha cre-

cido en población y economía, aún es joven y predominan los migrantes. Otros datos estadísticos a tomar en cuenta, además del número de extranjeros que llegaron a Puerto Ordaz y San Félix, son las nacionalidades que ostentan, entre las cuales la preponderante es la colombiana.

TABLA 2. Municipio Caroní. Población total nacida en el exterior según el país de nacimiento. Censos 1990 y 2001

País	Censos			
	2001	%	1990	%
Total	24.274	100,0	23.805	100,0
Colombia	6.705	32,3	5.682	23,9
Chile	2.236	10,8	2.748	11,5
Ecuador	333	1,6	267	1,1
Perú	3.255	15,7	2.602	10,9
España	1.201	5,8	1.502	6,3
Italia	989	4,8	1.193	5,0
Portugal	844	4,1	1.005	4,2
República Dominicana	609	2,9	-	-
Argentina	772	3,7	-	-
Guyana	3.790	18,3	-	-
Otros	3.540	17,1	8.806	37,0

Fuente: DEHAYS, HERNÁNDEZ & GONZÁLEZ, 2010, p. 144.

Esta presencia de distintas nacionalidades en una sola ciudad permitió el encuentro de diferentes culturas, que han logrado convivir entre sí hasta la actualidad, lo cual constituye un factor preponderante para que sus ciudadanos sean tolerantes a culturas distintas a la propia.

El cuadro muestra la llegada de colombianos en el período 1990-2001 de acuerdo al censo realizado en este año, según el cual el número de colombianos aumenta en un 8,4% en 2001 con respecto a 1990. Otros tres países suramericanos tienen presencia preponderante en la ciudad (Perú, Chile, Ecuador). El país europeo que tiene el mayor número de personas en 1990 y 2001 en ciudad Guayana es España, lo cual se ve representado con un porcentaje de 6,3% en 1990 y 0,5% en 2001. Se debe recalcar que el crecimiento de la ciudad también se debe a los hijos de estos extranjeros, quienes se han radicado en la misma y ahora son venezolanos, aunque sus padres tengan otro origen.

Debido a la numerosa presencia de colombianos en Ciudad Guayana, se podría pensar que sus ciudadanos tienen una percepción acertada del país o que poseen un gran conocimiento del mismo; aunque este no siempre es el caso, como se mostrará en los resultados del sondeo.

Una aproximación a los imaginarios de los guayanenses

Existen elementos y aspectos que se deben tomar en cuenta en la creación de esta percepción y la imagen que se proyecta de un lugar. De acuerdo con ARMANDO SILVA, “los imaginarios son percepciones sociales, es decir, son modos de ver el mundo, pero son modos de ver el mundo donde la emoción y el pensamiento están unidos. Esta propuesta une la parte afectiva con la parte cognitiva”(UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA, 2012). Las percepciones, emociones

y pensamientos de una persona determinan lo que se cree con respecto a algo. Al relacionar este concepto desde un punto de vista turístico y asociándolo a un destino, se determina que son estos elementos los que influyen a la hora de establecer lo que se piensa de un lugar.

Este mismo autor señaló que: “los imaginarios no son una cuestión caprichosa. Obedecen a reglas y formaciones discursivas sociales muy profundas, de honda manifestación cultural” (Silva, 2006, p. 99). De esta manera, la difusión de información que imparte el Gobierno responde a esas reglas y formaciones sociales por las cuales se construye su ciudad y por medio de las cuales construirán el imaginario. No obstante, no todos los países tienen la misma percepción con respecto a Colombia.

En el ámbito mundial existen ciertos países que advierten a sus habitantes con respecto a los riesgos que se pueden presentar si deciden visitar Colombia. A continuación se presentan ejemplos de tres países: Estados Unidos, Australia y España.

Estados Unidos en su página web advertía en el año 2010:

El Departamento de Estados Unidos advierte a sus ciudadanos de los peligros de viajar a Colombia. Aunque la seguridad en Colombia ha mejorado en años recientes, la violencia por grupos narcoterroristas continúa afectando las áreas rurales y las grandes ciudades. La violencia por terroristas y otros criminales sigue existiendo en todas partes del país. La actividad terrorista sigue siendo un amenaza en todo el país. (U.S DEPARTMENT OF STATES, 2010)

Por su parte, España señala:

La suma de delincuencia común, guerrilla, narcotráfico y otros grupos irregulares define un especial clima de violencia e inseguridad en diversas zonas del país. De esta

forma, y pese a que en los últimos años han disminuido en notable proporción dichos factores, Colombia continúa teniendo altas tasas de homicidios y secuestros, que en algunas ocasiones afectan a los turistas. Las zonas rurales del país son peligrosas y algunas muy peligrosas. (MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN DE ESPAÑA, 2012)

Australia expresa: “Continuamos aconsejando a los australianos en Colombia tener un alto cuidado por el grado de terrorismo y actividad criminal del país” (AUSTRALIAN GOVERNMENT, 2012).

De acuerdo a estas declaraciones, Colombia no es un país que ellos aconsejen visitar y al cual catalogan como violento y peligroso. Es apropiado suponer que un ciudadano, al ver estas afirmaciones de su Gobierno con respecto a Colombia, se abstendría de visitar el país. Estas declaraciones generan, en la percepción de los ciudadanos de estos países, inseguridad y un sentimiento de aversión hacia Colombia. Sin embargo, esto no quiere decir que no se visite el país, puesto que existen otros elementos que los pueden impulsar a viajar, tales como conocidos o amigos colombianos que se encuentren en sus países y los motivan a conocer Colombia; otros factores por los que viajan pueden ser ignorancia con respecto a las advertencias de su Gobierno o gran admiración por los atractivos del país y curiosidad por lo que puede ofrecer.

En el caso de Venezuela, su cercanía le permite tener mayor acceso a la información sobre lo que acontece en el país y con sus ciudadanos, por consiguiente, es de suponer que los guayaneses tengan un nivel alto de conocimiento sobre Colombia, puesto que ambos países son vecinos y comparten historia. Con respecto a la percepción sobre los lazos de vecindad, ARMANDO SILVA afirma lo siguiente: “Tratar de comprender cómo nuestro vecino nos imagina y, a la vez, cómo lo imaginamos

a él, nos introduce en circuitos emocionantes, especialmente porque el lenguaje, frente a las pasiones y los sentimientos, pierde su capacidad de decir la verdad” (SILVA, 2003, p. 289).

A pesar de la amplia información que llega a Venezuela sobre Colombia, el sondeo muestra el poco conocimiento que tienen los guayaneses con respecto al país vecino. Dentro de las primeras preguntas que se les hizo a los ciudadanos fue que catalogaran su conocimiento con respecto a Colombia en un nivel de 1 a 5. De esta forma, 16 de las 40 personas entrevistadas calificaron en un nivel de 3 su conocimiento del país, 11 lo calificaron con una puntuación de 2 y sólo 2 personas creyeron que su nivel de conocimiento con respecto a Colombia era de 5. Por consiguiente, aunque exista una gran proximidad en territorio entre ambos países, los venezolanos no creen conocer mucho a su país vecino.

Así mismo, al pedirle a los ciudadanos que describieran palabras representativas de Colombia o la imagen que tenían de la misma, estos respondieron lo siguiente: “Droga, violencia”, “Guerrilla”; “Telenovelas, el mejor café, el narcotráfico, la guerrilla, el turismo, la droga”; “Drogas, secuestros, violencia, turismo, vecinos...”; “Pueblo amable, trabajador, carteles”; “Gente educada, amable, turismo, mujeres bonitas, guerrilla”; “Café, guerrilla, playa”; “Café, Guerrilla, conflicto político”, y otras respuestas en cuanto a la imagen de Colombia fueron “Buena imagen, gente amigable, costas, pueblo trabajador”; “Belleza, mujeres lindas”; “Tiene muchas cosas buenas, su desarrollo y economía es buena”; “Un país con hermosos paisajes, personas muy amables”; “Su merced, usted, bandeja paisa, Andrés Carne de Res”.

Al contrastar las expresiones anteriores con el estudio *Oportunidades en tiempo de diversificación e Innovación* de ProColombia, se expresa que: “Se logró el cambio de percepción que el venezolano tenía de

Colombia alcanzando niveles de admiración. Hoy Colombia está de moda en Venezuela" (GUTIÉRREZ, FUENTES & ABRIL, 2010, p. 53), se puede observar que realmente esta última afirmación por parte de dicha institución no es tan real, puesto que, aunque en general los guayaneses crean que Colombia tiene mucho por ofrecer, no olvidan la violencia y los conflictos internos que tiene el país.

Igualmente, en estas expresiones se puede observar una percepción ambigua con respecto a Colombia, puesto que presentan ideas diferentes al momento de describirla. En sus comentarios se pueden observar los aspectos en los que Colombia se ha destacado, como la economía, la amabilidad de las personas y sus paisajes, no obstante, los entrevistados expresan los conflictos que enfrenta el país, como la guerrilla, el narcotráfico y la violencia.

La subjetividad es un elemento del imaginario que se puede formar de acuerdo al contexto cultural al que pertenezca el individuo y las experiencias que haya vivido. La percepción que tenga una persona con respecto a un destino puede variar, es decir, puede evolucionar y cambiar en el tiempo. Así mismo, debido a que "Los imaginarios son así verdades sociales, no científicas, y de ahí su cercanía con la dimensión estética de cada colectividad" (SILVA, 2006, p. 96). Es por esto que la percepción que se tenga de un destino responde a su contexto y a la comunidad a la que pertenezca, sin embargo, no se debe establecer que dicho imaginario sea real o se acerque a la realidad del destino.

En los resultados obtenidos en la encuesta se muestra que veinte de las personas entrevistadas habían visitado el país, tres de ellas no tenían una buena percepción de Colombia antes de visitarla; sin embargo, una vez viajaron al país, su percepción se transformó, puesto que pudieron experimentar diferentes vivencias y construyeron una idea o una per-

cepción que se acerca más a las características propias del destino. Bajo estas circunstancias, se puede observar cómo el imaginario se puede transformar cuando se obtiene más información de un lugar y cuando se experimenta el destino, puesto que al hacer esto último la persona puede conocer si su percepción del mismo era verdadera o falsa.

De acuerdo con SILVA, el imaginario tiene tres características: el que surge por diferentes tipos de sentimientos basados en experiencias y situaciones; aquel que se encuentra influenciado por factores tecnológicos como el cine y la fotografía, y, por último, aquellos que se encuentran como creaciones de realidades que construye la sociedad, ya sea por cómo se encuentra constituida la misma o por su contexto cultural (SILVA, 2006). Como se observa, dichas características se pueden ver en el sondeo realizado, donde los venezolanos afirman que parte de la información que obtienen de Colombia es por medio de novelas y noticias televisivas. Así mismo, varios de los venezolanos encuestados tenían un imaginario que se basaba en vivencias propias, como lo determina SILVA, puesto que ya habían visitado el país.

Las otras veinte personas entrevistadas no habían visitado el país y diecinueve dijeron que les gustaría conocer Colombia. En cuanto a su percepción con respecto al país, trece de ellas expresaron la creencia de que su imaginario podría cambiar si visitaran el país, y el resto de ellas expresó lo opuesto.

Lo anterior se puede relacionar con lo que determina GUNN (1972) quien establece las siguientes características del imaginario: acumulación de imágenes mentales por experiencias vacacionales, modificación de las imágenes al aumentar la información, modificación del imaginario basado en experiencias vacacionales (Cfr. ECHTNER & RITCHIE, 2003).

Como se muestra en las características de GUNN, el imaginario puede transformarse con el tiempo y evolucionar, lo cual sucede si el destino cambia, se desarrolla o atrasa. Así mismo, si un individuo estudia más las características de un destino y descubre lo que el mismo tiene por ofrecer, sin dejarse llevar por estereotipos, su percepción puede modificarse, tal es el caso de dos de los entrevistados a profundidad, quienes cambiaron su imaginario con respecto al destino una vez obtuvieron más información del mismo.

Según dos de los entrevistados, uno nunca ha visitado Colombia y el otro tenía una percepción negativa del país. Sin embargo, una vez el primero lo visitó su opinión con respecto al mismo cambió. A continuación se presenta el testimonio del entrevistado que no ha visitado Colombia:

Pienso que Colombia ha tenido una promoción negativa puesto que se han dado a conocer más las cosas malas que las cosas buenas; pero que la percepción más que todo depende de lo que uno deje entrar, de lo que uno perciba e investigue, también conversando con personas que uno conoce que vienen de Colombia a veces también conversando con ellos uno aprende a ver mejor la realidad. Hasta que uno puede ir allá y también hacerse una visión clara de lo que uno pensaba y lo que es. (HERNÁNDEZ, 2012)

Como se puede observar, esta persona comprende la influencia que pueden tener factores externos al momento de generar una percepción con respecto a un destino, y al mismo tiempo se puede observar en su testimonio cómo las referencias de amigos son una fuente de información importante en este imaginario. Dentro de los comentarios, él expresaba cómo a medida que iba conociendo más sobre Colombia por medio de diferentes tipos de información, su percepción y lo que creía con respecto al país se iba transformando.

Otro de los tres entrevistados comenta lo siguiente:

Colombia es un país que pasó de estar en un proceso de guerra y guerrilla durante los últimos cincuenta años, y aunque todavía no ha terminado, realmente ha dado un gran paso. Ahora yo siento a Colombia como un país para la gente joven en busca de oportunidades, y uno mismo está evaluando la posibilidad de invertir allá por el tema de la inseguridad que hay en Venezuela en todos los sentidos, no sólo al momento de salir a la calle sino también jurídica, inseguridad en todas sus áreas [...]. (MORALES, 2012)

Esta percepción del país permite ver cómo puede evolucionar un destino y generar un cambio en el imaginario de las personas. Cuando un lugar cambia sus características, la percepción que se tiene con respecto al mismo puede transformarse. Sin embargo, no todos encuentran otro tipo de información que les permita cambiar su imaginario o sólo usan un tipo de fuente de información que les permita crear su percepción con respecto al destino, como es el caso del tercer entrevistado, quien comenta lo siguiente: “Yo he leído bastante, yo me la paso viendo Caracol noticias, me la paso viendo cosas así, cosas horribles que pasan allí, inclusive he visto películas de Colombia que son el pan de cada día, de lo que está pasando en Colombia” (BRITO, 2012).

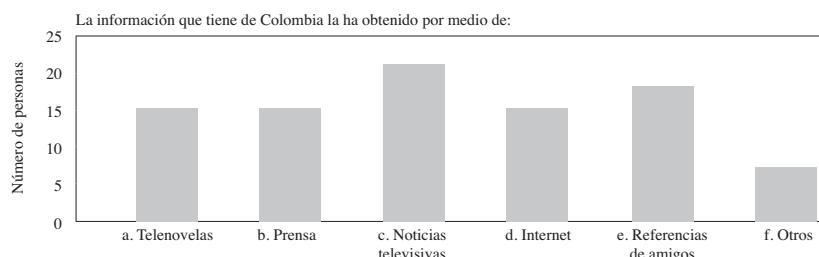
En esta apreciación se puede ver la influencia que tienen la televisión y el cine en el imaginario. En ese sentido, REYNOLDS (1965) señala que “el desarrollo de una construcción mental está basado en pocas impresiones escojidas de una gran cantidad de información. En el caso de las imágenes de destino, esta “gran cantidad de información” tiene muchas fuentes, incluyendo literatura promocional (folletos de viajes, *posters*), la opinión de otros (familiares / amigos, agentes de viajes) y los medios en general (periódicos, revistas, televisión, libros, películas). Más adelante, al

visitar el destino, su imagen se verá afectada y modificada por la primera experiencia" (Citado en ECHTNER, CM y RITCHIE JRB, 2003, p. 2).

Por medio de la encuesta se quiso determinar cuáles eran las fuentes que los guayaneses tenían en el proceso de construcción de su imaginario. A continuación se presentan los resultados de las cuarenta personas entrevistadas.

TABLA 2. Medios que usan los guayaneses para obtener su información de Colombia

a) Telenovelas	15
b) Prensa	15
c) Noticias televisivas	21
d) Internet	15
e) Referencias de amigos	18
f) Otros	7



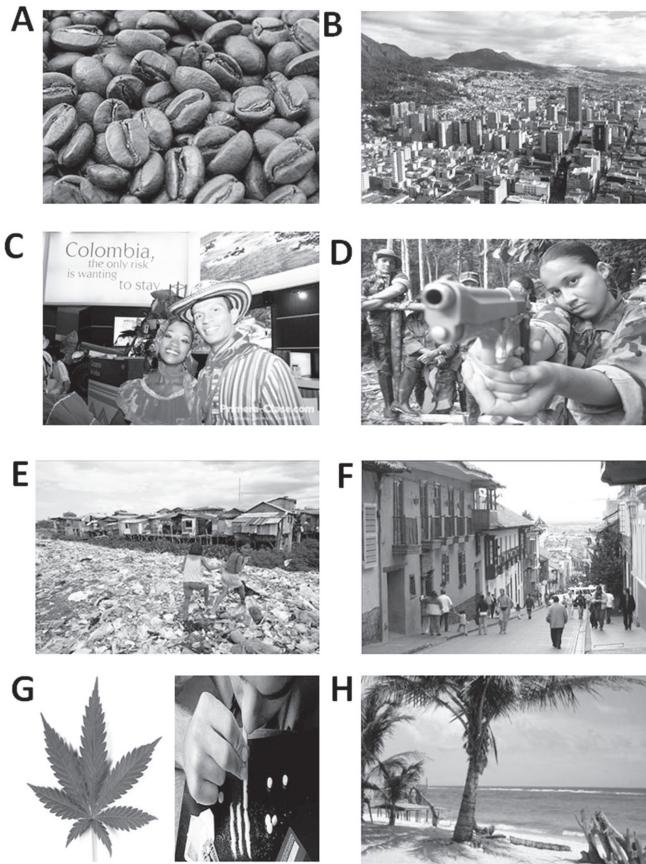
Fuente: Elaboración propia, 2012.

Como se puede observar, las dos fuentes predominantes son las noticias televisivas y las referencias de amigos. Las telenovelas, la prensa y el Internet obtuvieron el mismo resultado, lo cual concuerda con el concepto establecido por REYNOLDS (1965), donde señala la importancia de medios como la televisión, el cine y los periódicos en la construcción del imaginario, e igualmente establece la relevancia que tienen estos factores externos en las percepciones de las personas, puesto que son medios masivos y que tienden a categorizar a muchos lugares. El individuo, al recibir esta información, la almacena en su subconsciente y crea un imaginario con respecto al destino, que posteriormente puede llegar a ser modificado si llega a visitar el mismo.

Las experiencias pueden igualmente alterar lo que se crea con respecto a un destino. Al visitar un lugar y ver si realmente lo que se creía con respecto al mismo era real, la percepción que se tenía puede cambiar. De acuerdo a la vivencia que tenga el individuo en el país, así

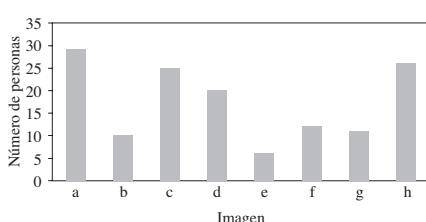
será su imaginario. Es importante resaltar que no todos los que visitan un destino hacen el mismo tipo de turismo; aunque cada país o lugar tenga sitios emblemáticos y sean estos los frecuentemente visitados, cada turista puede tener un punto de vista diferente, puesto que este depende de las experiencias que tenga durante su visita en el mismo.

En la encuesta realizada se incluyeron imágenes que mostraran algunos de los estereotipos por los que ha sido marcada Colombia. La escogencia de estas imágenes fue aleatoria, en septiembre de 2012, en la página de Google, donde se escribió el nombre de Colombia y se escogieron las imágenes que se presentaban con mayor frecuencia. Por medio de este proceso se deseaba ver cuáles de las mismas relacionaban los guayaneses con Colombia. A continuación se presentan las imágenes que se seleccionaron para el cuestionario. Fueron identificadas con letras, de forma tal que pudieran ser seleccionadas y contadas.



Como se puede observar, algunas de las imágenes reflejan los estereotipos negativos por los cuales se encuentra marcada Colombia, como las drogas, la violencia y la pobreza. A continuación se presenta la gráfica con los resultados obtenidos.

TABLA 3. Imágenes que identifican a Colombia



Fuente : Elaboración propia, 2012.

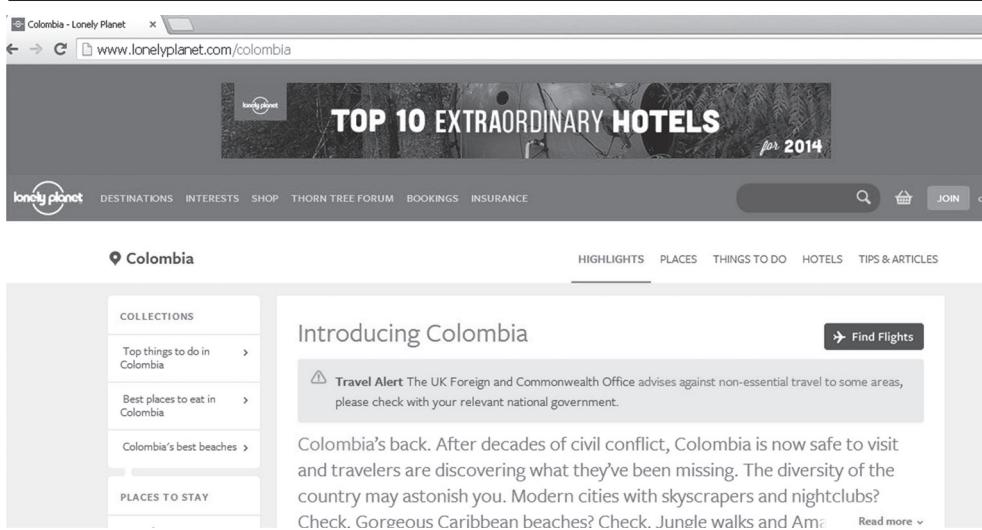
Los resultados mostraron que las imágenes con las que los entrevistados asociaban en mayor proporción a Colombia eran aquellas de índole positivo, como el café y la playa (A y H, respectivamente); aquellas negativas como la violencia (20 personas), pobreza (6) y droga (11) no tuvieron la misma preponderancia que aquellas que representaban los aspectos típicos de Colombia.

“Las imágenes de un destino influencian el comportamiento de un viajero y aquellos destinos con imágenes positivas tienen mayor posibilidad de ser escogidos” (SELBY, 2004, p. 191). Aunque es cierto que Colombia ha tenido una historia de conflicto y existen imágenes que aún lo representan, también

es identificada con imágenes positivas que influencian la forma de pensar y de actuar de las personas; las cuales en varias ocasiones vienen dadas por publicidad proveniente de entidades internacionales, como es el caso de LONELY PLANET, que establece la siguiente

información: “Colombia regresa. Después de décadas de un conflicto civil, Colombia es ahora un país seguro y los viajeros están ahora descubriendo lo que se habían estado perdiendo” (LONELY PLANET, 2014).

IMAGEN 1. Imagen de Lonely Planet en la que se recomienda visitar a Colombia



Fuente: LONELY PLANET, 2014.

Bajo esta apreciación, se puede ver que aunque no niegan el pasado que ha tenido Colombia, reconocen su evolución con el pasar de los años. Igualmente, CNN, el canal de noticias, publica esta información cuando Anthony Bourdain, el famoso chef y personaje de televisión, decide visitar Colombia: “La cara pública de Colombia ha cambiado en gran proporción hacia mejor. Tony explorará diversas regiones del país, desde las montañas en la costa caribeña hasta las tierras de coca antes controladas por los carteles” (CNN, 2013).

Conclusiones

La historia y el contexto cultural en el que se encuentra una población generan un imaginario social, así mismo, los factores externos por

medio de los cuales esta se encuentre influenciada permitirán la creación del imaginario colectivo. Este puede cambiar si el destino se transforma y si los ciudadanos obtienen mayor información del mismo, ya sea porque se visite o porque se obtenga por medio de diferentes fuentes de información, lo cual se pudo observar en el sondeo realizado.

Ciudad Guayana es una ciudad en la que se pueden encontrar múltiples nacionalidades, en especial la colombiana, lo cual ha permitido que los guayaneses obtengan “datos directos” del país. Como se pudo observar en el estudio, la mayoría de los ciudadanos de Guayana ha conseguido la información de Colombia por medio de amigos colombianos, dato que es muy importante para estudiar la percepción, puesto que los mismos conside-

ran que por venir de una fuente directa, toda la información proporcionada es real.

Las personas que hicieron parte del sondeo de Ciudad Guayana poseen en general un imaginario de Colombia que combina el conflicto interno que ha tenido el país por años y una imagen de un país próspero, con desarrollo económico y que ha trabajado fuertemente para ser seguro.

Cuando fuentes internacionales como LONELY PLANET y CNN describen a Colombia como un país que las personas deben conocer por todos los atractivos que tiene, permiten que se genere una curiosidad por el destino y confianza en el mismo, esto debido a la alta credibilidad que poseen ambas instituciones. De igual manera, otro aspecto a resaltar es la importancia que han tenido campañas publicitarias como “Colombia es pasión” y “Colombia, el riesgo es que te quieras quedar”. Como se pudo observar en el sondeo realizado, la última tuvo un gran efecto en la percepción de algunos guayanenses.

Los encuestados conocen lo que Colombia tiene por ofrecer y por consiguiente desean conocer el país y experimentar sus atractivos. Así mismo, dentro de la investigación se puede observar que conocer el destino y obtener más información del mismo genera una transformación en el imaginario.

Bibliografía

ADAMS, K. (2011). The genesis of touristic imagery: Politics and poetics in the creation of a remote indonesian island destinatios. *Sage*, 16, 115-135.

ANDRADE, MARÍA JOSÉ. (2010). Modelo para la identificación de la imagen del turismo rural: técnica estructurada y no estructurada. *Análisis Turístico*, 12, 74-93.

AUSTRALIAN GOVERNMENT, D. O. (16 de mayo de 2012). *Smartraveller*. Recuperado el 20 de mayo de 2012 de [<http://www.smartraveller.gov.au/zw-cgi/view/Advice/Colombia>].

CANCLINI, N. (1997). *Imaginarios urbanos*. Buenos Aires: Universitaria de Buenos Aires.

CAYETANO MEDINA MOLINA, M. R. (Marzo de 2010). *Scielo*. Recuperado de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322010000200007].

CNN. (5 de mayo de 2013). *CNN*. Recuperado el 20 de junio de 2014 de [<http://edition.cnn.com/video/shows/anthony-bourdain-parts-unknown/episode3>].

CODHES. (2012). *Consultoría para los Derechos Humanos y Desplazamiento*. Recuperado el 10 de julio de 2014 de [http://www.codhes.org/index.php?option=com_si&type=1].

COLOQUIO INTERNACIONAL. (2010). *Desarrollo territorial y turismo: una aproximación a partir de la valorización turística*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

CONSEJO CIUDADANO PARA LA SEGURIDAD PÚBLICA Y LA JUSTICIA PENAL A. C. (12 de Enero de 2012). *Seguridad, justicia y paz*. Recuperado el 27 de mayo de 2012, de [<http://www.seguridadjusticiaypaz.org.mx/sala-de-prensa/541-san-pedro-sula-la-ciudad-mas-violenta-del-mundo-juarez-la-segunda>].

CORDERO, F. (Noviembre, 2011). *Guayanaweb*. ucab.edu.ve. Recuperado el 12 de noviembre de 2012 de [<http://guayanaweb.ucab.edu.ve/revistas-informes-ciepv.html>].

CORPORACIÓN VENEZOLANA DE GUAYANA. (2013). Recuperado el 15 de agosto de 2013 de [<http://www.cvg.gob.ve/espanol/castellano.htm>].

CRISCIONE, G. & VIGNOLO, P. (2014). ¿Del terrorismo al turismo? Vive Colombia, viaja por ella como

dispositivo de movilidad, entre conflicto armado y patrimonio cultural. En M. CHÁVEZ, *El valor del patrimonio: mercado, políticas culturales y agenciamientos sociales*. Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia, 473-519.

DEHAYS, J., HERNÁNDEZ, L., y GONZÁLEZ, A. (2010). *Somosavepo*. Recuperado el 12 de Noviembre de 2012, de [http://www.somosavepo.org.ve/download/cdt_595.pdf].

ECHTNER, C. Y. (1991). The meaning and measurement of tourism destination image. *Journal of Tourism Studies*, 11, 37-48.

ECHTNER, C. y. RITCHIE, J.R.B. (2003). The meaning and measurement of tourism destination image, *Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37-48.

FOREIGN AND COMMONWEALTH OFFICE. (16 de Mayo de 2012). *Foreign and commonwealth office*. Recuperado el 27 de mayo de 2012 de [http://colombian.embassy.uk.com/travel_health_advice_for_colombia.php#transit].

FORERO, L. F., & RODRÍGUEZ, J. C. (23 de marzo de 2006). *Universidad Javeriana*. Recuperado el 29 de marzo de 2013 de [<http://www.javeriana.edu.co/politicas/publicaciones/documents/cuadernillo8.pdf>].

GUNN, C.A. (1972). *Vacationscape-Designing Tourist Region*. Austin, Texas: University of Texas.

GUTIÉRREZ, A., FUENTES, L. F., y ABRIL, J. (Octubre, 2010). *Oportunidades en tiempos de diversificación e innovación*. Recuperado en octubre de 2013 de Proexport: [http://www.proexport.com.co/seminarios/descargas/tur_can.pdf].

HERNÁNDEZ, S. (Septiembre, 2012). *Imaginario con respecto a Colombia*. (M. D. VÁSQUEZ, Entrevistador).

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DE VENEZUELA. (30 de octubre de 2011). Recuperado el 28 de octubre de 2012 de [<http://www.ine.gov.ve/documents/2011/10/28/ResultadosBasicosCenso2011.pdf>].

documentos/Demografía/CensodePoblacionyVienda/pdf/ResultadosBasicosCenso2011.pdf].

LONELY PLANET. (2014). *Lonely planet*. Recuperado el 20 de junio de 2014 de [<http://www.lonely-planet.com/colombia>].

MARTIZ, V. L. (2012). *Reportero24*. Recuperado el 12 de noviembre de 2012 de [<http://www.reportero24.com/2011/12/ciudad-guayana-historia-de-una-quiebra-anunciada/>].

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN DE ESPAÑA. (2012). *Gobierno de España, Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación*. Recuperado el 27 de mayo de 2012 de [<http://www.maec.es/es/menuppal/paises/arbopaises/colombia/recomendacionesdeviaje/Paginas/reco-Colombia.aspx>].

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO. (31 de diciembre de 2011). *Estadísticas de turismo*. Recuperado el 1.º de mayo de 2012 de [<https://www.mincomercio.gov.co/publicaciones.php?id=16590>].

MINISTERIO DE RELACIONES INTERNACIONALES. (Diciembre de 2012). *Migración Colombia*. Recuperado el 5 de mayo de 2013 de [http://www.migracioncolombia.gov.co/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=4:planes&Itemid=145].

MINISTERIO DE TRANSPORTE. (2012). *MinTransporte*. Recuperado el 19 de junio de 2014 de [<https://www.mintransporte.gov.co/documentos.php?id=15>].

MORALES, D. (septiembre, 2012). *Imaginario con respecto a Colombia*. (M. D. ARGÜELLO, entrevistador).

NATERA, D. (1.º de septiembre de 2012). *Correo del Caroní*. Recuperado el 3 de julio de 2013 de [http://www.correodelcaroni.com/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=174&id_articulo=211413].

NATERA, D. (08 de septiembre de 2012). *Correo del Caroní*. Recuperado el 3 de julio de 2013 de [http://www.correodelcaroni.com/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=174&id_articulo=211874].

NATERA, D. (22 de septiembre de 2012). *Correo del Caroní*. Recuperado el 3 de julio de 2013 de [http://www.correodelcaroni.com/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=174&id_articulo=212920].

NATERA, D. (17 de septiembre de 2012). *Correo del Caroní*. Recuperado el 3 de julio de 2013 de [http://www.correodelcaroni.com/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=174&id_articulo=212574].

PERSONAJES. (23 de marzo de 2012). *Youtube*. Recuperado el 29 de septiembre de 2012 de [<http://www.youtube.com/watch?v=Ee9SefhdHes>].

PROEXPORT. (octubre de 2010). *Proexport*. Recuperado en octubre de 2013, de [http://www.proexport.com.co/seminarios/descargas/tur_can.pdf]

REVISTA SEMANA. (4 de junio de 2011). *Semana*. Recuperado el 3 de abril de 2013 de [<http://www.semana.com/nacion/articulo/llegaron-venezolanos/240865-3>].

REYNOLDS, W. (1965). The role of the consumer in image building, *California Management Review*, 7, 69-76.

SELBY, M. (2004). Consuming the city conceptualizing and researching urban tourist knowledge, *Tourism Geographies*, 6(2), 186-207.

SILVA, A. (2006). Imaginarios Urbanos, en SILVA, A., *Imaginarios Urbanos*, Bogotá, Arango.

SILVA, A. (2003). Los otros, en SILVA, A., *Bogotá imaginada*, Bogotá, Colombia, Taurus, 285-327.

SILVA, A. (2006). Percepción imaginaria de la ciudad. En A. Silva, *Imaginarios Urbanos*. 5.^a ed. Bogotá, Colombia: Arango Editores.

SILVA, A. (2010). Sociedad civil, turismo e imaginarios sociales. En C. Internacional, *Coloquio Internacional*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 291-303.

SUÁREZ, MARÍA JOSÉ ANDRADE. (2010). Modelo para la identificación de la imagen del turismo rural: técnica estructurada y no estructurada. *Revista de análisis turístico*, 74-93.

U.S DEPARTMENT OF STATES. (10 de noviembre de 2010). *Travel State*. Recuperado el 20 de mayo de 2012 de [http://travel.state.gov/travel/cis_pa_tw/tw/tw_941.html].

UNIDAD PARA LA ATENCIÓN Y REPARACIÓN INTEGRAL DE VÍCTIMAS. (2011). *Unidadvictimas.gov.co*. Recuperado el 5 de julio de 2014 de [<http://rni.unidadvictimas.gov.co/?q=node/24>].

UNIDAD PARA LA ATENCIÓN Y REPARACIÓN INTEGRAL A LAS VÍCTIMAS. (2014). *Unidadvictimas.gov.co*. Recuperado el 19 de junio de 2014 de [<http://rni.unidadvictimas.gov.co/?q=v-reportes>].

UNIDAD PARA LA ATENCIÓN Y REPARACIÓN INTEGRAL Y REPARACIÓN INTEGRAL A LAS VICTIMAS. (2013). *Unidadvictimas*. Recuperado el 10 de junio de 2014 de [<http://www.cjyiracastro.org.co/attachments/article/500/Informe%20de%20Desplazamiento%201985-2012%20092013.pdf>].

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA. (23 de marzo de 2012). *Personajes*. Recuperado el 29 de septiembre de 2012 de [<http://www.youtube.com/watch?v=Ee9SefhdHes>].

VALERY, Y. (3 de noviembre de 2010). *BBC Mundo*. Recuperado el 6 de mayo de 2013 de [http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2010/11/101102_narconovelas_suspension_venezuela_en.shtml].

VENEZUELA TUYA. (2012). Recuperado el 28 de mayo de 2012 de [<http://www.venezuelatuya.com/guayana/ciudadguayana.htm>].

VICEMINISTERIO DE TURISMO. (2006). *Ministerio de Industria Comercio y Turismo*. Recuperado el 21 de junio de 2014 de [<http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=16590>].

XERARDO PEREIRO Y CEBALDO DE LEÓN. (2006). *Binal*. Recuperado el 28 de mayo de 2012 de [<http://www.binal.ac.pa/panal/kuna/downloads/turismoimageneskunayala.pdf>].

YANES, G. (2008). Morfogénesis e imaginarios: aproximaciones teóricas al estudio de las aproximaciones teóricas al estudio de las transformaciones urbanas y arquitectónicas de un centro turístico. *Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*, 1(1), 27.