



El pasaje comercial Hernández y su configuración como destino turístico emergente: usos patrimoniales, tensiones y conflictos

A Passagem Comercial Hernandez e sua configuração como um destino turístico emergente: usos do patrimônio, tensões e conflitos

The Hernandez commercial passage and its configuration as an emerging tourist destination: heritage uses, tensions and conflicts

Alvelayis Nieto Mejía

Universidad del Tolima

anietom@ut.edu.co

Resumen: Este estudio realiza un análisis del pasaje comercial Hernández ubicado en el centro histórico de la ciudad de Bogotá, para comprender su configuración como espacio cultural y destino turístico emergente y las tensiones y conflictos que se han derivado de su gestión. La estructura metodológica se definió desde el enfoque cualitativo y el método utilizado fue el descriptivo. Los hallazgos indican que el pasaje comercial Hernández transita hacia un proceso de patrimonialización turística gestado por actores políticos y económicos que instauran otras dinámicas culturales y mercantiles haciendo del pasaje comercial una mercancía para el consumo cultural. Se concluye que los conflictos en el uso y apropiación del patrimonio cultural son evidentes en el pasaje comercial, puesto que su activación patrimonial a partir del turismo pone de manifiesto que las formas de poder político y económico buscan mantener su hegemonía en el orden local.

Palabras clave: Pasaje comercial, patrimonio, turismo, cultura, conflicto

Resumo: Este estudo realiza uma análise da passagem comercial Hernández, localizada no centro histórico da cidade de Bogotá, a fim de compreender sua configuração como espaço cultural e destino turístico emergente e as tensões e conflitos que surgiram a partir de sua gestão. A estrutura metodológica foi definida a partir da abordagem qualitativa

e o método utilizado foi descritivo. Os resultados indicam que a passagem comercial de Hernandez está caminhando para um processo de patrimonialização turística, que é impulsionado por atores políticos e econômicos que estabelecem outras dinâmicas culturais e mercantis, transformando a passagem comercial em uma mercadoria para consumo cultural. Conclui-se que os conflitos no uso e na apropriação do patrimônio cultural são evidentes na passagem comercial, pois sua ativação do patrimônio por meio do turismo mostra que as formas de poder político e econômico buscam manter sua hegemonia na ordem local.

Palavras-chave: Passagem comercial, patrimônio, turismo, cultura, conflito

Abstract: This study carries out an analysis of the Hernández commercial passage located in the historic center of the city of Bogotá, to understand its configuration as a cultural space and emerging tourist destination and the tensions and conflicts that have arisen from its management. The methodological structure was defined from the qualitative approach and the method used was descriptive. The findings indicate that the Hernández commercial passage is moving towards a process of tourist heritage created by political and economic actors who establish other cultural and commercial dynamics, making the commercial passage a commodity for cultural consumption. It is concluded that conflicts in the use and appropriation of cultural heritage are evident in the commercial passage since its heritage activation through tourism shows that the forms of political and economic power seek to maintain their hegemony in the local order.

Keywords: Commercial passage, heritage, tourism, culture, conflict

Introducción

Durante los últimos años se ha acrecentado un interés hacia los espacios públicos de carácter popular, una preocupación por la cotidianidad sociocultural y sus valores históricos y arquitectónicos que se ven en detrimento frente a nuevas formas de uso y consumo cultural propios de la posmodernidad, (TRAVIESO y BARRETTO, 2020). Las construcciones histórico-arquitectónicas como los pasajes comerciales, con el paso del tiempo se han transformado en monumentos artísticos que evidencian momentos de evolución cultural Fernández (2022), por lo tanto, estos monumentos son memorias e historias ocultas que requieren de comprensión y análisis para hacerlas emerger, pues históricamente se originaron como bienes que pretendían perpetuar las sociedades y su logros en los nacientes estados republicanos (AGUILERA y SARMIENTO, 2019).

El pasaje comercial en la sociedad occidental es un espacio determinado por un corredor peatonal, iluminado y cubierto (ALMANDOZ, 2013). Su surgimiento en América latina está asociado a la transformación urbana y a la modernización arquitectónica de la segunda mitad del siglo XIX (HIERNAUX, 2018), que coincide con el discurso de la ciudad moderna, industrial y del consumo, que también pretendía deslindarse de la arquitectura del pasado colonial español (QUIJANO, 2018). Los pasajes comerciales están estrechamente relacionados con las emergentes prácticas de consumo, lo cual, conlleva a la transformación del espacio urbano atendiendo los intereses de los comerciantes, ya que el pasaje con sus vitrinas comerciales acercaba la noción de moda y progreso desde una concepción euro centrista, pues sus principales mercancías tenían su origen allí. Desde una lectura crítica Erviti (2015) menciona que los pasajes comerciales generaron opresión desde dos perspectivas, la primera al conducir a los ciudadanos a una ideología del consumo y utopía de la abundancia que no es otra cosa que una noción de felicidad inducida, y la segunda, transformar el espacio preconcebido para el consumo, en una alternativa de producción del espacio público.

No obstante, la gentrificación de los centros históricos y las nuevas centralidades financieras, comerciales, culturales y sociales de la globalización neoliberal amenazaban con el declive de los pasajes comerciales que resistieron por más de un siglo, (LÓPEZ y ESPINOSA,

2022). La revitalización de los centros históricos, desde lo urbano y económico, les dan vida a estos establecimientos comerciales (HIERNAUX, 2018) los cuales, han resignificado la oferta de productos de consumo tradicional, en una oferta de productos que resulten atractivos principalmente para turistas que visitan los centros históricos de ciudades latinoamericanas. Según Ribeiro (2022) estos monumentos arquitectónicos deberían permitir mostrar los logros alcanzados por los pueblos y el poder de quienes los construían; en suma, los bienes arquitectónicos urbanos evocan la grandiosidad de un periodo de la historia que cada vez se encuentra más amenazado.

Las renovaciones e intervenciones urbanas en sitios con importancia histórico-arquitectónica deben integrarse a las dinámicas de la ciudad y a las necesidades de los ciudadanos, (NIETO, 2020) en tanto que, como patrimonio común deben funcionar como elementos cohesionadores del recuerdo y constructores de identidades colectivas. La renovación implica dotar de nuevos roles y usos que se traduzcan en mejor calidad de vida para los ciudadanos.

De esa manera, estas construcciones ancladas en las urbes son un complejo sistema de relaciones en el que confluyen realidades materiales e inmateriales, las cuales, coexisten y materializan experiencias culturales únicas, (MONNET, 2020). Todo proceso de intervención bien sea desde lo arquitectónico, histórico, social o turístico, debe priorizar no solo el aspecto físico y tangible del bien, sino también los aspectos inmateriales asociados a las manifestaciones y prácticas culturales que allí hayan tenido o tengan lugar.

Así entonces, los pasajes comerciales ubicados en el centro de la ciudad de Bogotá son símbolos de resistencia frente a las nuevas formas de consumo, en la dinámicas contemporáneas del centro comercial y las grandes boutiques (FERNÁNDEZ, 2022) por lo cual, frente a los cambios exógenos imperantes, se genera la necesidad de redescubrir y fortalecer las identidades culturales locales (JAYANES y RUÍZ, 2020) a la vez que se necesita volver a resignificar el patrimonio como factor de unidad y cohesión social en un momento de alta sensibilidad de los viajeros por los valores naturales y culturales (ARAGÓN, 2023). En esa vía, el turismo cultural nuevamente emerge para cumplir su rol en el afianzamiento de la identidad y toma de conciencia, frente a los objetivos

de la política cultural que buscan la conservación, sostenibilidad y divulgación del patrimonio cultural. El patrimonio urbano fomenta la cultura y contribuye con la cimentación de las identidades locales de la comunidad, (NIETO, 2018). Una de las estrategias para su conservación será resignificar el valor simbólico que le otorguen los turistas como memoria colectiva para lograr su protección.

Es evidente que se manifiestan cambios en las tendencias turísticas globales y las demandas se modifican, frente a una necesidad apremiante en la coproducción de nuevos lugares y experiencias construidas de manera colaborativa (TERÁN, 2023) en las que se privilegien las relaciones entre anfitriones y visitantes, pues las nuevas generaciones buscan destinos alternativos y ofertas turísticas que posibiliten el aprendizaje (CALLE et al., 2023). Las urbes metropolitanas se configuran como escenarios del turismo cultural y los centros históricos con su patrimonio arquitectónico e histórico, se configuran como activos de uso en un marco interpretativo, en donde se materializa la oportunidad de construir el espacio turístico que de acuerdo con Chen (2023) propone articular la estructura física determinada por sus construcciones, el espacio predispuesto para el consumo y la infraestructura que permite su interacción.

Las ciudades desde su arquitectura y urbanismo se han transformado en escenarios para el intercambio social dentro de sus núcleos monumentales (BLAZQUEZ et al., 2019) que pueden ser revitalizados desde prácticas turísticas, que potencien las características culturales de los bienes arquitectónicos en una integración, no sólo en términos visuales, sino también desde su cotidianidad, que contribuya con la revitalización urbana, a partir de un turismo cultural, consensuado, responsable y de proximidad (SPODE et al, 2020). En ese sentido, el objetivo de este trabajo es determinar de qué manera el pasaje comercial Hernández se ha configurado como espacio cultural y destino turístico en el centro histórico de Bogotá (ver figura 1). Se busca comprender el rol del pasaje comercial Hernández en las nuevas dinámicas turísticas, para lo cual, se analizan las percepciones y representaciones de los comerciantes y turistas que confluyen en este espacio cultural.

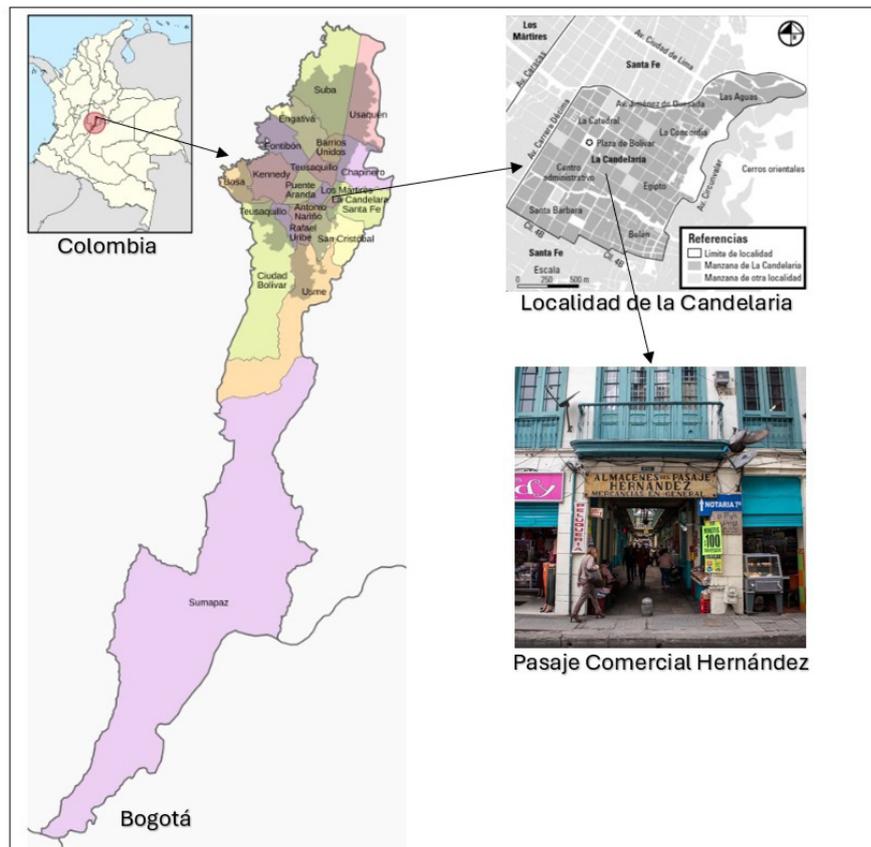


Figura 1. Ubicación geográfica del pasaje comercial Hernández en el barrio La Candelaria, Bogotá.

Fuente: Alcaldía local de La Candelaria, Secretaría de Planeación (2024).

Metodología

La estructura metodológica del trabajo se orientó a partir del enfoque cualitativo (PÁRAMO, 2008) buscando comprender la configuración de los pasajes comerciales y la compleja relación que se teje entre el turismo, el patrimonio y la cultura, con el ánimo de extraer unidades de análisis que posibilitan una reflexión socio-antropológica. El método de la investigación fue el descriptivo según la propuesta de (AGUIRRE y JARAMILLO, 2015) el cual permitió mostrar el fenómeno tal como ocurrió posibilitando una comprensión integral de los sujetos y el lugar en relación con el objeto de estudio. El horizonte epistemológico se propuso desde la fenomenología hermenéutica (MENDOZA, 2019) pues desde el trabajo de campo y la subjetividad de los investigadores permitió un acercamiento al turismo cultural como fenómeno social

contemporáneo. De la misma manera, la teoría fundamentada de Grosser (2016) aportó a la definición del constructo teórico, definiendo tres categorías de análisis, así: a) patrimonio cultural, b) pasajes comerciales y c) turismo cultural. La consecución de la información se llevó a cabo a partir de tres fases:

La primera fase supuso la caracterización del pasaje comercial Hernández del centro de Bogotá para conocer sus dinámicas comerciales, culturales y turísticas, para este propósito se utilizó la técnica de observación participante registrando la información en un diario de campo, tal como lo propone (GUBER, 2001) entablando un diálogo, observando y reflexionando sobre las dinámicas objeto de estudio, para posteriormente sistematizar la información en una matriz de caracterización etnográfica, en concordancia con el modelo que propone (CORNEJO, 2009). De la misma manera, la observación se acompañó de la fotografía como técnica en la investigación social, (BONNETO, 2016) puesto que esta permitió a los investigadores observar, analizar y teorizar la realidad social del pasaje comercial.

En la segunda fase se aplicaron las encuestas para el levantamiento de información primaria, la muestra utilizada fue no probabilística por conveniencia (HILL et al., 2019) y los participantes del estudio fueron compradores y turistas que visitaron el pasaje comercial del centro de Bogotá. La muestra estuvo conformada por N=120 compradores y turistas, con un mínimo de edad de 18 y un máximo de 75 años.

La tercera fase tuvo como propósito conocer las opiniones de tres comerciantes del pasaje comercial Hernández respecto a sus imaginarios y representaciones en relación al patrimonio y el turismo. Se realizaron tres entrevistas semiestructuradas, las cuales fueron referenciadas como E1, E2 y E3. Para el proceso de sistematización de las entrevistas se utilizó el Software de análisis de datos Atlas.Ti permitiendo visualizar relaciones en el proceso de obtención de significados, definiendo códigos y variables que hicieron emerger categorías de análisis, para encontrar convergencias que se plasmaron en una red gráfica. Así mismo, todo el proceso de análisis de la información se soportó en la teoría fundamentada de los datos según la propuesta de (ANDRÉU et al., 2007).

Resultados

El pasaje Hernández en la actualidad sigue siendo una posibilidad de vivir una experiencia urbana en una ciudad que se gentrifica y urbaniza apartando lo tradicional para dar paso a la modernidad arquitectónica, que posibilite nuevas dinámicas sociales y mercantiles en las cuales, el consumo determina nuevas centralidades que posibilitan escenarios alternativos en una metrópolis que demanda infraestructuras para el ocio y el entretenimiento.

El pasaje Hernández es una joya arquitectónica de influencia francesa republicana construida a finales del siglo XIX y enclavada en el centro de la urbe bogotana como el primer centro comercial de Colombia, el cual fue declarado bien de interés cultural en el año de 1993 por el Ministerio de Cultura. Su construcción está determinada por un espacio corredor peatonal de dos pisos en los cuales se encuentran 17 locales comerciales que se resisten a desaparecer en la fiera competencia con los nuevos templos del consumo, que desde las grandes superficies y los centros comerciales influyen las nuevas formas de consumo y entretenimiento.

El pasaje comercial se mantiene como una forma de resistencia frente al cambio de dinámicas urbanas que degradan el espacio allanando al camino a la gentrificación inmobiliaria interesada en construir nuevas estructuras de consumo, a lo que (HIERNAUX, 2018) denomina también una gentrificación comercial, que amenaza los negocios tradicionales y su cotidianidad social que se ha mantenido vigente por más de un siglo. Este trabajo concibe el pasaje comercial como una alternativa de hábitat del espacio urbano, que a su vez regula el orden espacial del centro histórico de Bogotá y su forma de relacionarse con la ciudad; aquí influyen dinámicas culturales y turísticas que propician la reinención y la transformación en los nuevos modos de habitar el pasaje comercial.

En coherencia con el contexto anterior, se llevó a cabo un ejercicio de observación participante de más de 60 horas para poder caracterizar las dinámicas comerciales, turísticas y culturales del pasaje comercial Hernández ubicado en el centro histórico de la Candelaria en la ciudad de Bogotá. Es pertinente mencionar que el trabajo de campo se llevó a cabo en tres momentos distintos que correspondieron a las tres fases mencionadas en la estructura metodológica del trabajo. El primer

momento permitió la aproximación al territorio a partir de la observación participante, para caracterizar el pasaje comercial y así conocer sus dinámicas comerciales, turísticas y culturales por medio de la fotografía y el diario de campo. Estas actividades se llevaron a cabo los días 2, 3 y 4 de febrero y el 9 y 10 de marzo del año 2024. El segundo momento implicó realizar las encuestas a los turistas que visitaron el pasaje comercial Hernández los días 3 y 4 de febrero de 2024 y el tercer momento permitió entablar diálogos a partir de las entrevistas semiestructuradas con los comerciantes los días 23 y 24 de febrero de 2024.

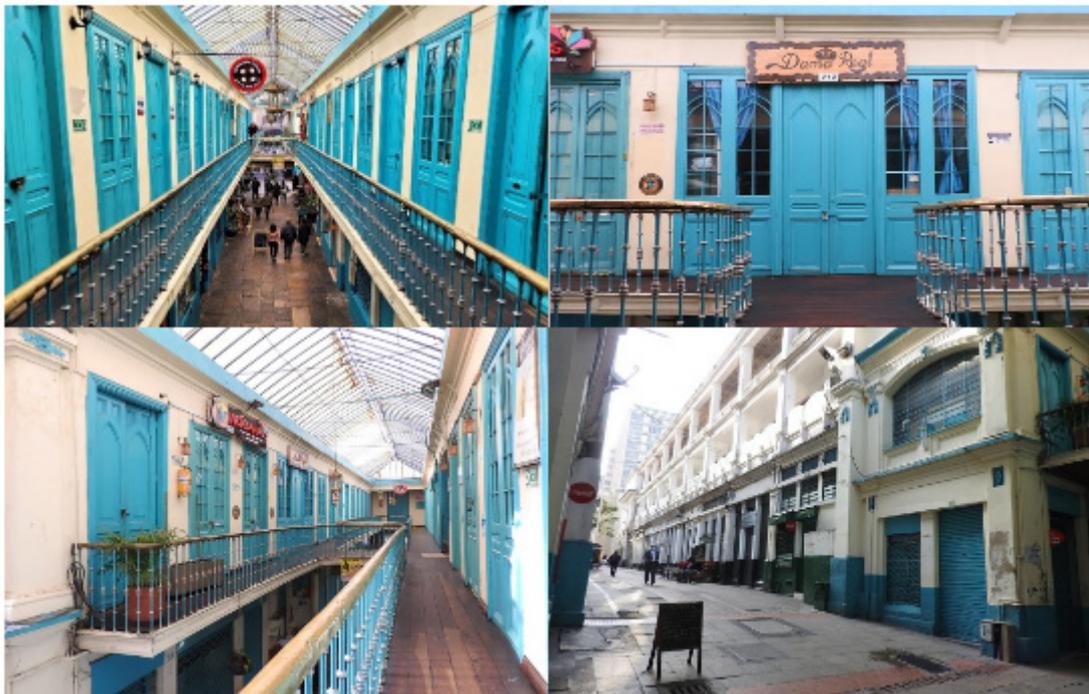


Figura 2. Caracterización arquitectónica del pasaje Hernández.

Fuente: Autoría propia (2024).

El pasaje Hernández fue una de las innovaciones arquitectónicas más importante que se llevó a cabo a finales del siglo XIX y a comienzos del siglo XX, se construyó como una nueva experiencia urbana, comercial y de ocio, con estilo republicano y una marcada influencia francesa, con vistosos colores turquesa, crema y marquesinas transparentes; un trabajo de madera excepcional que empleó a los mejores carpinteros de la época (ver figura 2). Una de las particularidades más llamativas que posee el complejo arquitectónico son sus pasamanos y barandillas de metal cromado curvo y cobrizo, que se encuentra en la totalidad de los balcones y las escaleras, lo cual, otorga un toque refinado y extravagante

característico de su influencia francesa. Le sobreviven algunos faroles de la época bien conservados y según sus historiadores las puertas de madera mantienen sus sello original desde su inauguración.

Este pasaje permite entender la función inicial con la cual fueron construidos; primero, permitir el tránsito fluido entre dos importantes calles comerciales y segundo, hacer del pasaje comercial un regulador del orden espacial, estableciendo nuevas formas de habitar el espacio público, en las nuevas dinámicas de mercado, que a su vez permitiría a sus visitantes relacionarse con la ciudad desde una perspectiva de consumidores en el afianzamiento del capitalismo imperante.

Respecto a los demás pasajes que se encuentran en el centro histórico de Bogotá, el pasaje Hernández, desde su concepción pretendió emular los pasajes europeos, del tal manera menciona (RIVERA, 2009) que el pasaje comercial Hernández en su propuesta técnica y diseño arquitectónico adoptó esas formas europeas, pero con una connotación muy particular, en la cual se tuvo que adaptar los materiales y las técnicas de construcción tradicionales colombianas para su elaboración. De acuerdo con (SPODE et al., 2020), el pasaje comercial Hernández está determinado por un corredor con tres entradas: por el oriente, por el norte y por el costado sur, el acceso principal es por la calle 12.



Figura 3. Caracterización de las actividades comerciales del pasaje Hernández.

Fuente: Autoría propia (2024).

El pasaje Hernández conserva su encanto arquitectónico como proyecto modernista que a finales del siglo XIX pretendía alejarse del pasado colonial y entrar en la vanguardia de las experiencias urbanas, comerciales y de ocio que tuvieron su origen en la ciudad de París. Hoy el pasaje comercial mantiene una actividad comercial importante

(ver figura 3) en la que destacan tiendas especializadas en trajes para ocasiones especiales; tradicionales almacenes de sombreros que continúan una tradición que se afianzó en la Bogotá de los años 20 influenciada por la moda inglesa. Venta de calzado exclusivo fabricado por reconocidos zapateros; venta de licores importados de Europa, tiendas de artesanías para los turistas y cafés culturales; así como talleres de sastres que mantienen la tradición de la ropa hecha a medida con telas importadas. Muchos locales los ocupan oficinas de abogados, agentes de viajes y agentes inmobiliarios.

Comercio y ocio son las dos actividades que mantienen vigente el pasaje comercial; no es solo un espacio para las compras, pues se concibe como un espacio para el entretenimiento y la vida social. Al igual que hace 100 años mantiene su esencia de lujo y consumo pues como menciona (QUIJANO, 2018) aún representa la materialización y los anhelos del consumo y la moda y una permanente necesidad por una ambición cosmopolita. Ya no se concibe como el espacio de consumo de las élites económicas de comienzos del siglo XX, pues hoy su comercio está dirigido a la élite popular bogotana (clase media y turistas) e indiscutiblemente, se convirtió también en un espacio para las clases trabajadoras que genera otras centralidades e interacciones entre ciudadanos.



Figura 4. Caracterización de las actividades turísticas y culturales del pasaje Hernández.

Fuente: Autoría propia (2024).

La revitalización del centro histórico de la Candelaria y su configuración como destino turístico y cultural promovido por el gobierno nacional y distrital, ha dado un nuevo aire a los pasajes comerciales ubicados en el centro de la ciudad de Bogotá. La higienización y renovación urbana del

espacio central de la ciudad que se viene promoviendo desde hace dos décadas, ha generado un nuevo tipo de sensibilidad respecto al pasaje comercial Hernández y sus valores culturales que paulatinamente se han integrado a las prácticas turísticas en una nueva geografía del consumo turístico y cultural.

El pasaje comercial sobrevivió a los embates de la globalización que introdujeron las tiendas por departamento y los novedosos centros comerciales que modificaron las prácticas de consumo de los habitantes de Bogotá. No obstante, el pasaje comercial se adaptó y sus locales comerciales ofertaron productos que no hacían parte de las modas de consumo especializándose en tiendas de antigüedades, sastrerías, librerías, tiendas de discos, filatelia, artesanías, cafés y otro sin número de comercios que le otorgaron identidad comercial. Erviti (2015) habla de que hoy los visitantes de los pasajes comerciales (ver figura 4) hacen parte de una burguesía cultural que, si bien busca el consumo de libros y otras mercancías similares, también pretende deambular un espacio que se ha configurado como destino para bohemios e intelectuales, quizás de los mismos que en su momento frecuentaba el mismo Gabriel García Márquez. De esa manera, el pasaje comercial se posiciona como un destino turístico y cultural emergente, el cual transmite un significado y atrae a los que quieren un lugar diferente.

Lo anterior coincide con las políticas de ordenamiento territorial que privilegian los espacios peatonales, las zonas de esparcimiento y los equipamientos culturales que permiten la circulación social acompañada de un mobiliario comercial que atienda las necesidades de la población flotante, en una alternativa de configuración urbana que ha permitido que el pasaje comercial Hernández se constituya en un espacio de encuentro, de actividad económica y de intercambio cultural, a partir de su consolidación como destino turístico y sin duda alguna, también se constituye como un espacio de construcción de identidades.

El pasaje comercial se configura en un polo de atracción turística que estimula flujos turísticos en un uso consensuado del espacio público y privado que posibilita el encuentro plurisocial. Sin duda, el turismo contribuye a recuperar la memoria histórica y arquitectónica que dieron vida a los pasajes comerciales del siglo XIX. El turismo asociado a las dinámicas culturales del pasaje comercial se manifiesta

como una novedosa concepción de habitar el espacio público, desde una concepción topofilica que genera atracción por el lugar estableciendo nuevas formas de relacionarse.

El pasaje comercial como destino turístico: símbolos, percepciones y representaciones

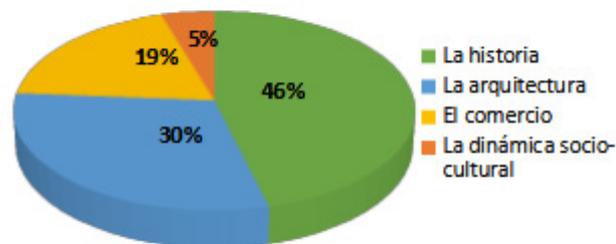


Figura 5. Qué criterio motiva a los turistas para visitar el pasaje comercial Hernández.

Fuente: Autoría propia (2024).

Respecto al criterio que motiva a los turistas para visitar el pasaje comercial Hernández se obtuvo que el 46% de los encuestados consideran que el principal motivo de su visita es conocer acerca de la configuración histórica de este importante pasaje en el devenir de los años hasta ser un destino turístico hoy. El 30% de los turistas decidieron visitar el pasaje comercial para conocer las características arquitectónicas de orden republicano y la influencia francesa en su construcción, dado que tiene la categoría de monumento nacional. El 19% de los informantes manifiesta que el principal interés para visitar el pasaje comercial fue la actividad comercial y la posibilidad de comprar algunos artículos, artesanías y souvenirs a precios económicos como se los informan los guías de viaje. El restante 5% de encuestados informaron que su visita estuvo motivada por la posibilidad de poder apreciar y ser partícipes de las dinámicas sociales de este espacio cultural principalmente en lo relacionado a las actividades comerciales, turísticas y de ocio.

Desde esa perspectiva, es pertinente mencionar que los pasajes comerciales han trascendido para emerger como destinos turísticos de interés cultural, en el nuevo modelo de desarrollo territorial de la urbe gentrificada; pues desde la administración pública y la planificación territorial, se les concibe como propuestas integrales de intervención para la reconfiguración de la relación del peatón con la ciudad, en las dinámicas contemporáneas del habitar el espacio urbano. Para Sigler y Wachsmuth (2015) "Al comprender los nuevos modos de consumo urbano, podemos delinear el futuro de la sociedad y adelantarnos a las consecuencias de la cultura de masas como forma de vida en la ciudad del siglo XXI" (p. 26).

El pasaje comercial Hernández materializa una relación simbiótica entre turismo y patrimonio, los turistas activan el pasaje como espacio cultural pues lo reconocen y legitiman desde su valor simbólico y representaciones, y su transformación como recursos turístico se da en la medida que es gestionado por los agentes públicos que lo incorporan en el mercado turístico nacional. Para Prats (2000) el patrimonio es una construcción social, que desde otra perspectiva debe apartar la distinción entre lo material y lo inmaterial. como señala (HARRISON, 2010) "para cada objeto patrimonial material hay también un patrimonio inmaterial que lo envuelve: el lenguaje que usamos para describirlo, por ejemplo" (p. 14).

Es por eso por lo que el patrimonio por sí mismo no existe, o existirá en la medida que sea valorado al interior de una comunidad, por lo que siempre es inmaterial. De esa manera, se ha llegado al consenso de que el turismo es un agente activador del patrimonio cultural, para posteriormente generar la apropiación social y colectiva y así mantener su capacidad simbólica de transmitir valores y generar identidad y sentido de pertenencia. Al respecto se menciona en la entrevista E1:

"[...] La verdad, yo sí considero que el turismo le ha dado un nuevo aire al pasaje Hernández y esto se ha visto mucho más en el último año, no tenemos muchos turistas pero si le hacen promoción con seguridad llegarían muchos más, porque los que nos visitan encuentran un lugar distinto en el centro de la ciudad, es como un tesoro perdido, pues una vez que caminan el pasaje no se quieren ir, usted ve que compran, se

toman su café, sacan muchas fotos y algo muy importante, quieren conversar con nosotros los viejos para saber la historia de este lugar. Yo sí creo que con el turismo el pasaje seguirá sobreviviendo por muchos años más [...]” (E1. Comerciante del pasaje Hernández, 22 de febrero 2024).

Después de muchas décadas en la que el pasaje Hernández se asumió como una carga y foco de inseguridad para el centro histórico de la ciudad, hoy es un espacio rehabilitado como producto social y cultural contemporáneo de reapropiación urbana. El proceso de gentrificación del centro histórico de Bogotá y su posterior renovación urbana que inició en la década de los años noventa incluyó el pasaje Hernández como un posible nodo de consumo pensado para el turismo, el comercio, el ocio y el entretenimiento, en el que pudieran tener lugar la gastronomía, la moda, el diseño, la diversidad social y el cosmopolitismo.

El pasaje comercial no es ajeno a la planificación turística pues ya se han definido acciones de conservación, revalorización y divulgación del patrimonio histórico, arquitectónico y cultural alineándose al discurso gubernamental de la gestión efectiva de los bienes culturales y en articulación con las iniciativas de la economía cultural y con el concurso de la política pública se realiza una gestión efectiva del patrimonio. Pues este ya no es concebido como una carga económica para la administración distrital en términos de intervención e inversión, ya que desde la perspectiva de (NAVARRETE, 2021) el patrimonio en los territorios es fuente de riqueza, mediante la cual, se busca garantizar su conservación y uso desde una activación sostenible, que posibilite nuevas opciones económicas garantizando la sostenibilidad y reinversión de los bienes patrimoniales.

No obstante, los intereses económicos siempre están presentes en los emergentes desarrollos turísticos que se asocian a la gentrificación urbana del centro histórico de Bogotá. En vista del interés generalizado por revitalizar las construcciones y espacios culturales que perdieron interés en el tiempo, edificios como el pasaje Hernández son adaptados y readaptados a las nuevas demandas del mercado turístico y cultural, en las nuevas dinámicas de apropiación y consumo del espacio urbano. Posterior a la pandemia y a la recuperación económica del turismo, muchos locales comerciales están siendo comprados por empresarios

que realizan importantes inversiones económicas en la adecuación de infraestructura de los locales, para atender la demanda turística derivando en tensiones y conflictos con los comerciantes que han habitado el pasaje comercial por generaciones. Al respecto se menciona en la entrevista E2:

"[...] Mire, para nadie es un secreto que quieren darle un giro al comercio tradicional del pasaje Hernández, acá está llegando mucho turista y eso genera dinero, sobre todo los extranjeros, usted los ve caminando y comprando. Acá han llegado empresarios comprando los locales a precios irrisorios, para posteriormente colocar negocios que atiendan los turistas, mire las nuevas tiendas artesanales, las cafeterías, las tiendas de ropa, eso es un comercio que está orientado únicamente a los turistas porque deja dinero, y a muchos de nosotros nos están presionando para que vendamos a empresarios desconocidos. Acá se habla de lo bonito del pasaje Hernández de su historia, de su arquitectura, de todo eso, pero no se habla de que unos adinerados nos quieren sacar para establecer sus negocios [...]" (E.2 Comerciante del pasaje Hernández, 23 de febrero 2024).

Sin duda alguna, la gentrificación del centro histórico de Bogotá es una iniciativa política y empresarial, que pretende retomar los espacios culturales susceptibles de inversión en el ámbito del mercado capitalista renovando espacios centrales para volverlos atractivos para aquellos que tengan poder de compra en la industria turística y cultural. En efecto, es una iniciativa gubernamental para el mejoramiento urbano que hace inversiones en el patrimonio arquitectónico para habilitar edificios con funciones culturales. Autores como Hiernaux y González (2014) mencionan que tienen mucho que ver las políticas de preservación y conservación del patrimonio cultural y, sobre todo, a las declaratorias de bienes culturales, las cuales de manera directa activan los usos turísticos que automáticamente generan réditos económicos. De esa manera, no es de extrañar que aparezcan alianzas público-privadas o capital privado y político como menciona (ANTEQUERA, 2015) y que se busque intervenir incluso de manera forzada, para presionar a los comerciantes tradicionales de que vendan sus establecimientos.

Construcciones como el pasaje comercial Hernández son readaptados según Prat (2020) a las actuales lógicas del mercado, en las cuales, se privilegia el ocio y el consumo con el propósito de movilizar turistas con capacidad de gasto a nuevos escenarios turísticos y culturales. De esa manera, se evidencian importantes inversiones en la adaptación y construcción de planta turística y en la adecuación del destino. En el caso del pasaje comercial, han intervenido sectores políticos y empresarios privados, en donde el uno y el otro buscan la rentabilidad de sus inversiones y el afianzamiento de los poderes locales que ejercen control. Esto coincide con lo que propone (MOREL, 2011) en tanto que el turismo es un instrumento en la globalización que mide avances o retrocesos en las políticas macroeconómicas, por ende, es una herramienta para la toma de decisiones. Al respecto se menciona en la entrevista E3:

"[...] Últimamente y hablo desde el año 2023 aproximadamente nos visitan frecuentemente actores gubernamentales que están haciendo esfuerzos para hacer del pasaje Hernández un sitio para el turismo y la cultura, parece que eso deja buen dinero. También hemos visto que se quiere lograr otras declaratorias patrimoniales por parte del Ministerio de Cultura porque eso populariza este sitio y hace que la gente venga, parece que así opera, y junto con lo que le menciono, se están cambiando los comercios tradicionales por otros como puede ver, no es malo, por supuesto, pero esto debe ser planificado y concertado, no debe ser arbitrario como está sucediendo [...]" (E.2 Comerciante del pasaje Hernández, 23 de febrero 2024).

Se evidencia una relación ambivalente en tanto que, en el contexto del pasaje comercial el turismo y el patrimonio se necesitan o se complementan, sin desconocer los escenarios políticos y sociales en los que están insertos sus intereses. No obstante, pareciese que se quiere invisibilizar el rol de los comerciantes que por generaciones han sido en términos simbólicos, los dueños de la herencia cultural de este espacio cultural como bien compartido. El pasaje comercial en la actualidad materializa un foco de conflicto frente a los usos del patrimonio, pues hay intereses diversos, los cuales van en contravía de los intereses de los comerciantes que habitan este espacio cultural. En ese sentido,

Suremain (2017) considera que el turismo cultural tiene dos actores con intereses que coinciden, por un lado, los políticos con poder de decisión desde la gobernanza, los cuales buscan anclar sus intereses en los territorios; de cualquier forma, una rentabilidad política” y el sector empresarial privado que busca la rentabilidad económica de sus inversiones.

Sin duda alguna, el encuentro entre los espacios de vida habituales de los comerciantes del pasaje Hernández y los posturistas (HIERNAUX y GONZÁLEZ, 2014) genera conflictos cuando se habla de acumulación por desposesión, que desde la perspectiva de (RIBEIRO, 2022) implica que el capital de operación del turismo se da a partir de la apropiación o expropiación de las estructuras físicas y de sus formas de vida incluidas, para llevar a cabo prácticas turísticas que modifican sus espacios y comportamientos en una suerte de territorialización del turismo.

El turismo ejerce un papel protagónico en la activación cultural y patrimonial del pasaje comercial Hernández, puesto que contribuye a reproducir el discurso institucional de la valoración, conservación y divulgación por medio de sus prácticas. No obstante, el desarrollo turístico actual del pasaje comercial queda subordinado a las políticas nacionales e internacionales que de acuerdo con (RIBEIRO, 2022) buscan posicionar un ideario turístico de identidad cultural fabricando imágenes y experiencias, que atiendan una economía de mercado transformando los recursos patrimoniales en mercancía con valor de cambio.

En esta perspectiva, el turismo en el pasaje comercial cobra un nuevo sentido, en tanto que sus visitantes adquieren la categoría de viajeros culturales que también habitan temporalmente este espacio cultural y en sus prácticas socioespaciales también ayudan a construir el territorio ya ocupado por comerciantes, que son los residentes permanentes y como habitantes también producen y transforman el espacio urbano. En suma, se trata de un conjunto de actores que desde sus intereses particulares producen y construyen el destino, en este caso, el pasaje Comercial Hernández, que se articula al constructo e imagen turística y cultural enclavada en la ciudad de Bogotá.

El turista es otro habitante sujeto a cierta temporalidad inducido y estimulado por políticas de imagen y marca y por supuesto, por las denominadas políticas de competitividad urbana (CHAOS, 2015), tanto

de inversionistas como de gobiernos locales. No obstante, el pasaje comercial Hernández se ubica en el centro histórico de la ciudad de Bogotá, el cual transita un proceso de gentrificación y renovación urbana, pero que mantiene todas las complejidades sociales de una metrópolis suramericana, sin embargo como mencionan Hiernaux y González (2014) son frecuentados por los posturistas, aquellos que se deslindan de los guías y de la seguridad que otorga el grupo y que se atreven a explorar lugares que resulten exóticos y alternativos a los mapas y guías de viaje.

El pasaje comercial Hernández se enfrenta a la dicotomía de la patrimonialización y la renovación urbana, dos conceptos que en contexto pueden llegar a ser contradictorios. El proceso de patrimonialización del pasaje comercial pretende conservar, restaurar y divulgar esta estructura republicana junto con sus valores arquitectónicos e históricos; mientras que la iniciativa de renovación urbana pretende garantizar el aprovechamiento económico, cambiando dinámicas y valorizando el uso del suelo y los espacios comerciales del pasaje. Si bien son contradictorias, su convergencia se da en el objetivo mutuo de hacer del pasaje comercial un objeto de consumo turístico, sin que importe anteponer los propósitos económicos por encima de los intereses históricos. El discurso instituido del patrimonio la identidad y la memoria a calado hondo transformando el pasaje comercial en un espacio de respuesta a los poderes hegemónicos imperantes. (SARMIENTO, 2017). Esto coincide con lo que (PRATS, 2000) proponía a finales de la década del setenta respecto a la ciudad y sus bienes arquitectónicos que se transformaron en objetos de consumo cultural para los turistas ávidos de los pintoresco.

Es importante reconocer los cambios que se gestan en torno a las actuales formas de valoración patrimonial del pasaje comercial Hernández, pues esta activación que se da por medio del turismo reconfigura el espacio cultural, tanto en lo material como en lo simbólico, a partir de las representaciones patrimoniales de los diversos actores que intervienen en el proceso de patrimonialización turística, en la validación y legitimación mutua, en coherencia con lo que propone (NAVARRETE, 2021) actualizando, adaptando e interpretando rasgos del pasado para reagruparlos en el presente, como práctica actual y

unificada. En el contexto del turismo actual, en donde se busca posicionar el ideario del turismo cultural, la patrimonialización es determinante a la hora de legitimar ciertos bienes y manifestaciones (PRAT, 2020) pues su producción se articulará a la promoción y comercialización de los productos y del destino turístico (BLÁZQUEZ et al, 2019).

La patrimonialización de un bien cultural desde las prácticas turísticas busca una utilidad a partir de su valor de uso y para gestar este propósito se deben construir simbologías, valores y representaciones, a partir del imaginario de cada actor que sea relevante en las dinámicas del espacio cultural del pasaje comercial. Será la posibilidad de materializar los usos sociales del patrimonio desde el consenso, la interacción y el diálogo en una iniciativa que potencie el valor solidario de quienes comparten el uso del patrimonio. El uso social del patrimonio se constituye en un dispositivo que puede construir un proyecto de identidad colectiva en el que se debe asumir la responsabilidad de respaldarlo.

Conclusiones

El pasaje comercial Hernández ha asumido una identidad patrimonial puesto que se le ha otorgado un valor simbólico por parte de diversos actores que confluyen en este espacio cultural. Su legitimación y validación social han permitido establecer puntos de encuentro que han permitido la apropiación, circulación y puesta en valor de su legado histórico, arquitectónico y cultural abriendo nuevas perspectivas frente a los usos que se le puedan dar. La apropiación social de este activo patrimonial viene posibilitando acciones comunitarias respecto a sus usos y beneficios desde una gestión efectiva, a partir del turismo posibilitando alcanzar la metas y objetivos de conservación, educación, sostenibilidad y divulgación cultural. Los usos turísticos del pasaje comercial son una apuesta en la recuperación de la memoria histórica y arquitectónica de uno de los espacios comerciales más emblemáticos del centro histórico de la ciudad de Bogotá reconfigurando su proyección según las necesidades actuales y futuras.

Los conflictos en el uso y apropiación del patrimonio cultural son evidentes en el pasaje comercial, puesto que su activación patrimonial a partir del turismo pone de manifiesto los intereses de los poderes

políticos y económicos que buscan mantener su hegemonía en el orden local. De esa manera, potenciar el pasaje comercial como espacio cultural permite movilizar capitales para la consolidación de estructuras comerciales, turísticas e inmobiliarias; un despliegue legitimado por herramientas discursivas que obedecen a un proyecto estratégico de apropiación y subordinación del patrimonio, para gestionar y controlar el territorio generando formas de violencia simbólica en los comerciantes. Los conflictos patrimoniales del pasaje comercial Hernández deben mediar desde la búsqueda de un balance, tanto en la gestión económica como en la gestión sociocultural, para dar respuesta a los retos de conservación sin perder de vista la construcción colectiva del patrimonio, y como en el caso del pasaje comercial, esto resulta conflictivo puesto que existen intereses de por medio.

El pasaje comercial Hernández transita hacia un proceso de patrimonialización turística gestado por actores políticos y económicos que instauran otras dinámicas culturales y mercantiles haciendo del pasaje comercial una mercancía para el consumo cultural. Queda en evidencia que este proceso no está legitimado por los comerciantes que por generaciones han habitado el pasaje comercial; de cualquier forma, se busca establecer una nueva experiencia de consumo contraria a los procesos de reivindicación cultural. Todo lo anterior se articula a procesos globalizadores a los que no son ajenos los gobiernos distritales como el del Bogotá, en los cuales, los bienes patrimoniales y la cultura se reducen a objetos de transacción y consumo, desde el enfoque de economía cultural que, de no ser gestionados de manera efectiva, puede derivar en la reproducción de desigualdades dada la naturaleza conflictiva del turismo.

El caso del pasaje comercial Hernández permite reflexionar sobre como estos espacios culturales involucran temas centrales como el uso y apropiación del espacio público, los valores históricos y arquitectónicos, los consumos culturales, la utopía de la abundancia y la felicidad inducida. Es necesario considerar el rol de los procesos de patrimonialización en la gestión cultural y turística, la cual desencadena aperturas y fricciones en las nuevas formas de producción del espacio urbano. En esa perspectiva, es necesario abrir nuevas líneas de investigación que profundicen acerca de los pasajes comerciales como espacios culturales y turísticos. Algunas de esas líneas deben reflexionar

sobre: patrimonialización de bienes culturales; usos turísticos del patrimonio cultural; el pasaje comercial y su rol en la renovación urbana; gentrificación, turismo y comercio; tensiones y conflictos asociados a la gestión turística y cultural de los pasajes comerciales: el rol del turista en la producción y apropiación de los espacios culturales; turistificación de los pasajes comerciales y el pasaje comercial como destino turístico emergente en los centros históricos.

Referencias

AGUILERA, Fabián. & SARMIENTO, Fabián. Concepto de borde, límite y frontera desde el espacio geográfico. En *El borde urbano como territorio complejo: Reflexiones para su ocupación* (1a ed., pág. 26 páginas). Bogotá: Universidad Católica de Colombia; Universidad La Gran Colombia. 2019.

AGUIRRE, Juan, & JARAMILLO, Luis. El papel de la descripción en la investigación cualitativa. *Cinta de moebio*, (53), 175-189, 2015. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2015000200006>

ALMANDOZ, Arturo. Modernización urbana en América Latina. De las grandes aldeas a la metrópolis masificadas. Universidad Católica de Chile, Colección Estudios Urbanos UC. Santiago de Chile, Chile. 2013.

ANDRÉU, Jaime; GARCÍA, Antonio y PÉREZ, Ana. Evolución de la Teoría Fundamentada como técnica de análisis cualitativo. Cuadernos Metodológicos, N° 40. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). 2007.

ARAGÓN, Griselda. Patrimonio(s) y memoria(s). La trayectoria de la comunidad Nam Qom de La Plata (Argentina) desde lo artístico-cultural. *Ateliê Geográfico*, 17(3), 26-44, 2023. <https://doi.org/10.5216/ag.v17i3.77962>

ANTEQUERA, Antonio. La situación del patrimonio urbano en la periferia de la gran ciudad: patrimonio oficial versus patrimonio identitario. El caso de Carabanchel Alto (Madrid). Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid. Madrid, España: Universidad Politécnica de Madrid. 2015.

- BONNETO, María. El uso de la fotografía en la investigación social. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social*, 11(1), pp. 71-83. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5454287>. 2016.
- BLÁZQUEZ, Maciá; BLANCO, Asunción; VERA, Fernando; & IVARS, Josep. Territorial tourism planning in Spain: From boosterism to tourism degrowth? *Journal of Sustainable Tourism*, 27(12), 1764–1785, 2019. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1675073>
- CALLE, Juan; GARCÍA, María & GARCÍA, Fernando. La ciudad histórica como destino turístico inteligente. El caso de Segovia, ciudad patrimonio mundial. *Investigaciones Turísticas*, (25), 272–293, 2023. <https://doi.org/10.14198/INTURI.22067>
- CHEN, Dan. How Visitors Perceive Heritage Value—A Quantitative Study on Visitors’ Perceived Value and Satisfaction of Architectural Heritage through SEM. *Sostenibilidad*. 15(11). 2023. <https://doi.org/10.3390/su15119002>
- CHAOS, Mabel. La identidad cultural en el centro de la gestión turística de los núcleos monumentales. En Gómez, LOURDES y NIGLIO, Olimpia. *Conservación de Centros Históricos en Cuba*. Roma, Italia: Editorial edA Esempli di Architettura: Aracne Editrice. 2015.
- CORNEJO, Luz. Planificación turística sustentable en la región de Coquimbo. Evaluación y aportes metodológicos. *Cuaderno de investigación urbanística*. N°65, pag 15 –34. 2009.
- DE SUREMAIN, Charles. “Cuando la alimentación se hace patrimonio. Rutas gastronómicas, globalización y desarrollo local”, *TRACE*, (72), 165-181, 2017. <https://doi.org/10.22134/trace.72.2017.114>.
- ERVITI, Claudio. G. Las galerías comerciales y la modernización de la relación público/privado en el área central. Mar del Plata, 1950-1980. *I+A Investigación + Acción* (17), 33-50. <https://revistasfaud.mdp.edu.ar/ia/article/view/17-02>. 2015.

FERNÁNDEZ, Diego. Proyecto para la conservación y rehabilitación del conjunto urbano Pasaje Hernández [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/83254>. 2022.

GROSSER, Günter. El rol de la teoría en la investigación social. V encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales 16 al 18 de noviembre de 2016 Mendoza, Argentina. Métodos, metodologías y nuevas epistemologías en las ciencias sociales: desafíos para el conocimiento profundo de Nuestra América. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Centro Interdisciplinario de Metodología de las Ciencias Sociales. 2016

HARRISON, Rodney. What is heritage? En Harrison, R. (ed.) Understanding the politics of heritage. Manchester: Manchester University Press, pp. 5-42. 2010.

GUBER, Rosana. La etnografía. Método, campo y reflexividad: Grupo Editorial Norma, Buenos Aires, Argentina. 2001.

HILL, Julian., MCHIZA, Zandile., PUOANE, Thandi., & STEYN, Nelia. Food sold by street-food vendors in Cape Town and surrounding areas: A focus on food and nutrition knowledge as well as practices related to food preparation of street-food vendors. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*. V.14, N°3, pág 401–415. 2019.

HIERNAUX, Daniel. Los pasajes cubiertos de París y su difusión mundial: España y América Latina: Universidad Autónoma de Sinaloa, México. 2018.

HIERNAUX, Daniel. y GONZÁLEZ, Imelda. Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, 58, 55-70 2014. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022014000200004>

JOYANES, María & RUÍZ, Jonathan. El valor de lo sagrado: percepción y espiritualidad en torno al concepto común de patrimonio arquitectónico. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 18(4), 545–558, 2020. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2020.18.039>

LÓPEZ, Alexandra y ESPINOSA, Miguel. El sentido de lugar de la ciudad segregada: Caso de estudio Ibagué, Tolima. *Ateliê Geográfico, Goiânia*, v. 16, n. 3, p. 6–24, 2022. <https://doi.org/10.5216/ag.v16i3.71759>

MENDOZA, Yohana. Fenomenología y hermenéutica: perspectivas epistemológicas para la producción interpretativa-comprensiva del conocimiento gerencial. *Revista Sapienza Organizacional*, 6(12). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/5530/553066097006/html/#:~:text=La%20perspectiva%20epistemol%C3%B3gica%20fenomenol%C3%B3gica%20hermen%C3%A9utica,el%20ejercicio%20de%20la%20l%C3%B3gica.2019.>

MOREL, Hernán. Políticas culturales y performances en los procesos patrimoniales: los casos del tango y el carnaval en la Ciudad de Buenos Aires. Tesis Doctoral. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. 2011.

NAVARRETE, David. Políticas urbanísticas y culturales en las desigualdades de los centros patrimonio de la humanidad. El caso de San Miguel de Allende México. *Desacatos: revista de ciencias sociales*, 67(1). 2021. Recuperado de: <file:///C:/Users/alvel/Downloads/Dialnet-PolíticasUrbanísticasYCulturalesEnLasDesigualdades-8105796.pdf>

NIETO, Alvelayis. Aportes metodológicos para la planificación turística en los entes territoriales: caso municipio de Pacho Cundinamarca. En A. Nieto (et al), *Planificación turística en territorios campesinos* (pp. 11-55). Bogotá: Corporación Universitaria Unitec. 2018.

NIETO, Alvelayis. Turismo y patrimonio cultural: análisis geográfico y prospectivo en el norte del Tolima: Corporación Universitaria Unitec. Bogotá Colombia. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/351287015_TURISMO_Y_PATRIMONIO_CULTURAL_analisis_geografico_y_prospectivo_en_el_norte_del_Tolima.2020.

PRATS, Llorenc. El concepto de patrimonio cultural. *Cuadernos de antropología social*. 11(1), 2000. <https://doi.org/10.34096/cas.i11.4709>

PRAT, Josep. La puesta en valor turístico del patrimonio cultural en fase de desaparición. Una oportunidad para los territorios de interior. *Los*

casos de los monasterios de Vilabertran, Scala Dei y Escornalbou, en Catalunya. *Investigaciones Turísticas*, (20), 315–334, 2020. <https://doi.org/10.14198/INTURI2020.20.14>

QUIJANO, Estefanía. El flâneur bogotano contemporáneo: reflexiones sobre el deambular en los espacios comerciales de Bogotá. *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo*, 11(22), 2018. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cvu11-22.fbc>

QUIJANO, Estefanía. “Ocio y gastronomía, las nuevas estrategias de gentrificación. El caso de Lisboa”. *Bitácora Urbano Territorial*. V. 29, N°1, pág. 109 -119, 2019. <https://doi.org/10.15446/bitacora.v29n1.64314>

RIVERA, Carlos. La valoración del bien de interés cultural de carácter nacional pasaje comercial Hernández. (Trabajo de grado de maestría). Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de: <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/205> .2009.

RIBEIRO DOS SANTOS, Saulo. Espacios urbanos de desplazamiento en ciudades brasileñas denominadas Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO bajo el concepto de destino turístico inteligente. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 20(2), 371–387, 2022. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.027>

SARMIENTO, Stephanie. Santa Bárbara, el barrio que no soportó las tempestades. Recuperación de una historia disidente en el proceso de construcción del relato histórico de Bogotá entre 1980 y 1983. Bogotá: Universidad del Rosario. 2017.

SIGLER, Thomas & WACHSMUTH, David. Transnational gentrification: Globalisation and neighbourhood change in Panama’s Casco Antiguo. *Urban Studies*, 53(4), 705–722, 2015. <https://doi.org/10.1177/0042098014568070>

SPODE, P. L. C.; RIZZATTI, M.; BATISTA, N. L. Transformações territoriais na região centro-sul da área urbana de Santa Maria, Rio Grande do Sul: análise a partir da Avenida Hélio Basso (1966-2021). *Ateliê Geográfico, Goiânia*, v. 17, n. 2, p. 133–158, 2023. <https://doi.org/10.5216/ag.v17i2.73298>

TERAN, Geomara. Málaga: Urbanismo, Turismo y Patrimonio. Daniel Barrera Fernández. Tirant Humanidades. 2021. Investigaciones Turísticas, (25), 362–365, 2023. <https://doi.org/10.14198/INTURI.23916>

TRAVIESO, María & BARRETTO, Margarita. Educación patrimonial, turismo e inclusión social: acciones para promover el ejercicio de la ciudadanía. PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural, 18(2), 189–205, 2020. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2020.18.013>

Alvelayis Nieto Mejía

Doctor en Ciencias Humanas del Patrimonio y de la Cultura. Profesor de la Universidad del Tolima en el programa de Administración Turística y Hotelera.
Correo: anietom@ut.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4532-0732>

Recibido para publicación en abril de 2024.

Aprobado para publicación en agosto de 2024.