

02

**Nuevas propuestas de
turismo desde el diseño
social: Colombia en Casa**

Micaela Manrique,
Gabriela Fajardo, Annie
Amaya

Estudiantes de Diseño de la
Universidad de Los Andes,
Bogotá.

La propuesta de Colombia en Casa parte de la búsqueda de ofrecer una posibilidad al turismo en casa respecto a la situación mundial de emergencia ocasionada por el COVID-19. El proyecto de turismo parte del replanteo de dos preguntas. La primera: ¿Cómo abordar la perspectiva del turismo en una situación coyuntural? Y, la segunda, ¿cómo es posible incentivar prácticas colaborativas de transformación sobre territorios y sectores que se encuentran totalmente inactivos?

Para responder a dichas preguntas, es necesario aclarar que Colombia en Casa define el territorio como un espacio constantemente sometido al cambio, es decir, como una realidad mutable y caracterizada por un dinamismo que no se detiene con el surgir de un problema coyuntural. El territorio no es una imagen estática (Ares & Risler, 2013). Por el contrario, este se caracteriza por estar en constante cambio, así como por contener imaginarios y representaciones simbólicas de sus habitantes sobre sí mismo. Estos últimos son quienes lo moldean y transforman desde su manera propia de habitarlo, comunicarlo, percibirlo y crearlo.

En adición a lo anterior, al entender el turismo local no solo como la promoción de productos y destinos turísticos existentes en un territorio y su infraestructura habilitante, se posibilita la ampliación del concepto de turismo y la manera de abordarlo (SERNATUR, 2015). Al tener en consideración el capital humano y la puesta en valor del patrimonio material e inmaterial, el fortalecimiento del orgullo de pertenencia y la identidad, se abre la posibilidad de continuar promoviendo la generación de experiencias únicas, significativas y auténticas; incluso cuando no se tiene la accesibilidad al territorio geográfico. Es de esta manera como Colombia en Casa se dispone a explorar el territorio desde el conjunto de saberes, prácticas, conocimientos y percepciones que tienen sus habitantes sobre el mismo.

Así, el turismo adquiere un valor adicional que se distancia de lo presencial, a través de la exploración del territorio desde el entendimiento de estas concepciones de sus habitantes. Esta nueva perspectiva nos permite generar un aporte al desarrollo local y brindar nuevas posibilidades a pequeños y medianos propietarios y a emprendedores que se pueden denominar como los nuevos protagonistas. Ellos serían, en realidad guías turísticos que comunican su conjunto de saberes y prácticas, sus visiones sobre el territorio y la manera en la que ellos se convierten en los moldeadores del territorio. Se busca con dicha propuesta, mejorar las capacidades y competencias de los actores con el fin de

Micaela
Manrique,
Gabriela
Fajardo, Annie
Amaya

255

Nuevas
propuestas de
turismo desde
el diseño social:
Colombia en
Casa

promover el bienestar social y económico, así como una práctica de turismo sostenible desde el ámbito social y económico. Bajo esta óptica se considera lo ambiental como un sector para indagar y profundizar.

Para el planteamiento de la propuesta de Colombia en Casa, se reconoce la gastronomía como punto catalizador de la cultura y una manera de reconocer y explorar el territorio. También a través de vivir experiencias en torno a la gastronomía, es posible descubrir paisajes culturales (Fusté-Forné, 2016).

Referencias bibliográficas

- Ares, P. y Risler, J. (2013). Manual de mapeo colectivo : recursos cartográficos críticos para procesos territoriales de creación colaborativa(.). Buenos Aires: Tinta Limón.
- Fusté-Forné, F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario, *Dixit*, 24, pp.4-16.
- SERNATUR. (2015). «Manual Paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos integrados». Santiago, Chile