

DISEÑO DE UNA CARTILLA TURÍSTICA BILINGÜE PARA VALLEDUPAR Y ÁREA DE INFLUENCIA

DESIGN OF A BILINGUAL TOURISTIC BROCHURE FOR VALLEDUPAR AND ITS SURROUNDING AREA

Cenaida Alvis Barranco ⁽¹⁾ Yalhy Beatriz Restrepo Viana ⁽²⁾, Darwin Jiménez ⁽³⁾ Dolmary Torrenegra ⁽⁴⁾

4. Master of Arts, University of Arkansas. Líder de Bilingüismo. Engsena, Centro de Operación y Mantenimiento Minero, Sena Regional Cesar, Valledupar, Colombia.
cralvis@sena.edu.co
5. Ingeniera Química Esp. En Ingeniería de Saneamiento Ambiental, Instructor Sennova Centro de Operación y Mantenimiento Minero Sena Regional Cesar, Valledupar, Colombia.
vrestrepo@sena.edu.co
5. Técnico en Gestión Administrativa, Aprendiz SENA, Engsena, Centro de Operación y Mantenimiento Minero, Sena Regional Cesar, Valledupar, Colombia.
dtorrenegra@misena.edu.co
6. Especialista en Cooperación Internacional, Universidad Externado de Colombia, Engsena, Instructora de inglés Centro de Operación y Mantenimiento Minero, Sena Regional Cesar, Valledupar, Colombia.
dtorrenegra@sena.edu.co

RESUMEN

Este trabajo, diseño de una cartilla turística bilingüe para Valledupar y su área de influencia, recopila información turística de la ciudad de Valledupar y sus alrededores para que el ciudadano global que no maneja el idioma español pueda acceder a ella, siendo así atraído a visitar esta región. También responde a la necesidad de desarrollar proyectos gubernamentales que apuntan a fortalecer el sector turístico. Para su ejecución se seleccionaron 58 sitios de interés, que luego fueron georreferenciados, fotografiados y descritos en español e inglés. Finalmente se procedió al diseño y maquetado de la cartilla en físico y en una página web.

Palabras Claves: diseño, cartilla turística, turismo, Valledupar, Bilingüe

ABSTRACT

This Project, Design of a Bilingual Touristic Brochure for Valledupar and its Surrounding Area, gathers touristic information from Valledupar and some other important places nearby, so that any global citizen who does not speak Spanish can have some access to it and feel attracted to visit the region. It is also a way to fulfil the need to develop government projects in order to strengthen our Touristic Offer. To do this, we selected 58 points of interests that were geolocated, photographed and described both in Spanish and in English. The last part to it were its dual online and hardcopy design and sketch.

Keywords: design, touristic brochure, Valledupar, bilingual.

1. INTRODUCCIÓN

El nuevo gobierno nacional insiste en implementar lo que se reconoce como la economía naranja, y en ese sentido el País Vallenato es un buen tesoro para exhibir y compartir. La riqueza de la información Adecuada en el momento apropiado es una realidad que cobra mayor vigencia cuando de ofertas turísticas se trata. Para responder a esa necesidad y complementar los incipientes esfuerzos de las instituciones públicas y privadas en la región, este proyecto amplía esa oferta al ciudadano global que por no manejar el español carece de georreferenciaciones o información idónea para ser atraído a nuestra región. Una cartilla turística bilingüe es la mejor respuesta para esta carencia, además de que se inserta dentro de las políticas de servicio del SENA para responder asertivamente a las necesidades de la región.

La promoción de esta región y sus atractivos turísticos no solo responde a las proyecciones de la economía naranja, también es el resultado de varios estudios y planes de desarrollo relacionados en diferentes momentos. Por ejemplo, en su

informe sobre *Cómo se puede planear un futuro sin carbón en Colombia*, Claudia Strambo y Aaron Atteridge concluyen que dentro de los retos que tiene el Cesar como responsable del 90% de la exportación del carbón, conjuntamente con la Guajira, está encontrar alternativas sustentables a los buenos ingresos que se dejarían de percibir una vez se acaben los aproximadamente 30.000 empleos que genera la industria minera. En primera instancia, dada la historia de la región, se miró hacia la agricultura y la ganadería, pero con el Transcurrir del tiempo se ha evidenciado que estos sectores no alcanzarían a cubrir el déficit, lo cual puede llevarnos a una muy profunda crisis. No obstante, según sus análisis en el turismo puede estar una respuesta asertiva. Ellos afirman “Tourism is another possible substitute, given the cultural and natural attractiveness of the broader region. However, coal-producing areas have little tourism infrastructure. Together, the Cesar and La Guajira departments represent only 3% of the country’s registered tourism employment and available beds.” [1] Aclarando además, que hasta el momento, en La

Guajira se han dado mejores resultados que en el Cesar. Como tal, es claro que les corresponde a los gobiernos departamental y municipal generar las condiciones idóneas para que la transición de la minería al turismo se dé con el suficiente poderío estratégico. Es de reconocer que la posible explotación turística en esta región no es un tema nuevo, aunque sí se resalta que el presidente Duque lo haya priorizado para todo el país dentro de sus objetivos de gobierno.

El departamento del Cesar desarrolla desde hace varios años una estrategia de gobierno enfocada en atraer nuevos turistas a lugares desconocidos dentro de las guías turísticas del país. En su introducción al *Plan de Desarrollo departamental Plan visión 2032, Cesar Caribe* se expresa “La diversidad social, étnica, cultural y natural del Caribe: justifica la importancia de visionar el territorio del Cesar

como un espacio geográfico con ventajas comparativas y competitivas que contribuyan al desarrollo regional.” Es de resaltar que, después del carnaval de

Barranquilla, el festival vallenato es quizás la fiesta que más turistas mueve en el país. Esta importancia turística estratégica se ha elevado exponencialmente a raíz de los procesos de paz recientemente firmados [2]. El proceso de Paz con las FARC y el anterior con las AUC han permitido la llegada de propios y extraños a atractivos lugares que antes eran desconocidos, puesto que algunos de ellos se encuentran en zonas que previamente eran foco del conflicto interno. En tal sentido, el gobierno departamental del período 2012-2015 compiló información sobre sitios de interés público, como puntos históricos, nativos, museos, restaurantes, y hoteles entre otros, para incluirlo en su plan sectorial de turismo: *Cesar, naturaleza, música y leyenda* [3]. Este proyecto, más que repetir dichos lugares ya reconocidos por las rutas de la gobernación, por un lado consolida para los vallenatos un recorrido estructurado con información validada sobre cada uno de los 58 sitios aquí compilados, y por el otro abre las puertas al turista extranjero, al presentar la misma

Información en inglés, acompañado de unas hermosas fotografías y su respectiva georreferenciación en el mapa.

1. METODOLOGÍA

Este proyecto es una investigación aplicada, con diseño descriptivo, en tanto responde al interrogante sobre cuáles son los puntos de importancia histórica y turística en Valledupar, con el fin de documentarlos. La ejecución se desarrolló en las siguientes fases:

Fase 1: Identificación: Se identificaron los lugares turísticos, monumentos y sitios de interés. Para ello se tuvo como referencia lo expresado por Alvarado Cadena et al en su proyecto de grado de *Diseño y Desarrollo de Cartillas Informativas Culturales y Turísticas Enfocadas en la Cultura Puruhá. Adj. CD's Multimedia: Promo Chimborazo y Anexo no. 18 de Fotografías* expresaron que para ello se requiere de la información escrita, las experiencias personales, la de terceros entre otros. A través de esta estrategia se definió la cantidad de lugares que iban a ser descritos en la cartilla [4].

Fase 2. Descripción: luego de seleccionados los sitios de interés turístico, se hizo la recopilación de la información a través de información primaria obtenida en visitas realizadas a cada lugar con lugareños, administradores del sitio o propietarios y por la experiencia de los investigadores, además se tomaron fotografías y se georreferenciaron. Luego de recolectada toda la información, se redactó una breve descripción de cada una de ellas.

Fase 3. Diseño: para ello se analizaron los diferentes tipos de diseños de cartillas teniendo en cuenta la población a la que iba dirigida, sus posibles intereses y la practicidad del documento, por tal razón se seleccionó una cartilla informativa tipo fichero según la clasificación realizada por [4] porque incluyen imágenes y texto además de ser utilizadas para dar a conocer gran variedad de temas, muy usados por las entidades gubernamentales, con información clara, verdadera y con textos comprensibles en un lenguaje natural.

2. IMPORTANCIA DEL TURISMO EN VALLEDUPAR

El gobierno de Francisco Ovalle exalta el posicionamiento turístico de nuestro territorio. En su Plan de desarrollo del departamento 2016-2019, *Por el Camino del Desarrollo*, luego del análisis sobre la necesidad de mejorar los índices de competitividad del Cesar, y sus posibles puntos de atención, concluye: “La apuesta turística, entre tanto, es potencialmente ganadora si se alinea hacia el eco, etnoturismo y turismo cultural, acompañada del desarrollo de infraestructura, formación de talento humano y asociatividad, otros de los factores escasos dentro del territorio. Los atractivos naturales, vallenato, las artesanías y la gastronomía Cesarenses, como la calidad humana de su gente, son atractivos de infinitas posibilidad hacia el logro de un territorio ganador en el sector turístico.” [5] Elementos que se compaginan además con las conclusiones y planes estratégicos tanto del gobierno nacional, como del Ministerio de Industria y Comercio, y de los estamentos gremiales que sustentan sus actividades en la oferta

turística. Lo aquí manifestado es una clara muestra de la continuidad del *Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación* (2012) donde se expresa “la necesidad de incorporar la ciencia, la tecnología y la innovación en sus actividades. Este objetivo confluye, desde todos los niveles, en el reconocimiento de las fortalezas y potencialidades turísticas del departamento a partir de su diversidad ecorregional y cultural.” [5] De lo anteriormente citado se deduce que una manera de darle cumplimiento a esa potencialización, es al ampliar la oferta turística y ofrecerla en otras lenguas, siendo el inglés la mejor forma de iniciar dicho proceso.

En consonancia con lo que recomendaron Strambo y Atteridge sobre reemplazar la minería en el corredor en dicho plan estratégico también se concluye que la información es una de las debilidades para la implementación de planes turísticos [1], como tal, esta cartilla bilingüe responde directamente a la necesidad de fortalecimiento de este aspecto. Además de lo anterior, en la creación de la *Alianza para promover el Turismo en el Cesar*,

encuentro que se dio para formalizar nuevas estrategias turísticas, Nicolás Gómez, gerente de Sostenibilidad del Grupo Prodeco expresó: “Desde ya queremos preparar a la población del corredor minero del Cesar para un futuro sostenible sin minería. Nuestra meta es convertir al Cesar en un territorio que le apunte, entre otras áreas, al turismo, e impulsar y fortalecer los diversos ejes económicos de este departamento,” como tal, es evidente que desde este proyecto el SENA cumple también con su papel de contribuir con las estrategias dinamizadoras de la región [6].

Aterrizando en nuestra ciudad, el plan de desarrollo municipal que basa su estrategia en cuatro ejes básicos, contempla dentro del tercero (denominado *Valledupar Avanza sostenible y competitiva*) una política turística bajo la nomenclatura de *Valledupar Emporio Turístico*, allí concluye “Valledupar se caracteriza por ser un importante centro musical y cultural con un invaluable potencial turístico derivado de su tradición de la música vallenata, sus hermosos paisajes y su centro histórico declarado como Bien de

Interés Cultural de Carácter Nacional desde el 16 de junio del año 2000.” (38) con lo cual se evidencia el interés del gobierno municipal por integrarse a la economía naranja y potencializar la ciudad como destino turístico [7]. Para tal fin ya se han dado una serie de encuentros institucionales y gremiales que han permitido dicha consolidación. De hecho, en la celebración del día mundial de avistamiento de aves, la apuesta local se remontó a la cima, constituyéndose en el destino más apetecido, de tal forma que a futuro podemos esperar muchos turistas extranjeros, que son los que más recursos invierten en este pasatiempo.

Según analistas económicos, los practicantes de este hobby son profesionales adultos con una economía consolidada lo que los convierte en un gran atractivo para dinamizar la oferta turística. Dadas las circunstancias de supremacía lingüística del inglés a nivel mundial, es poco probable que dichos turistas manejen el español. Esto llevó a revisar la respuesta gubernamental, con respecto a ofertas en inglés. El plan de desarrollo municipal expresa “el programa

"Valledupar Bilingüe" se ha propuesto aumentar los niveles de comunicación en inglés de los sectores productivos y servicios para que puedan estar a la vanguardia con la exigencia de los mercados internacionales y acceder a mejores oportunidades de negocios, laborales y profesionales." [7]. Por lo que una cartilla turística bilingüe encaja perfectamente en dicha ampliación de oferta, máxime cuando allí se resaltan los puntos atractivos para aquel tipo de turista. Si bien es cierto, el ACUERDO No. 001 del 25 de Abril 2016 con respecto al turismo Cultural, Eco- y Etno- Turismo resalta el "importante crecimiento que ha mostrado el sector turístico en el Municipio de Valledupar y el impacto que ha generado en la economía de la región, crea la necesidad de contar con espacios que permitan mostrarle a Colombia y el mundo las riquezas turísticas y culturales que tiene el municipio, y de esta forma cautivar la inversión tanto nacional como extranjera, que aumenten la productividad y competitividad en este sector" (195) [7]. Para lo cual se han dado participaciones en ferias y eventos turísticos de orden

nacional e internacional. Los documentos allí presentados se han manejado únicamente en español. De otra parte, en el mismo documento también afirman que es "pertinente aprovechar los recursos turísticos-culturales y medioambientales, e incluso la existencia de algunos avances en el diseño de productos turísticos en Valledupar, alrededor de la música Vallenata (declarada como Patrimonio Cultural e Inmaterial de la Humanidad por parte de la UNESCO), soportados en buenos servicios públicos y en el posicionamiento, a nivel de imagen, que tiene la capital y la región, a partir del Festival de la Leyenda Vallenata. Igualmente, se aprecia alguna dinámica de turismo alrededor del Río Guatapurí, balneario Hurtado, Río Badillo, balnearios La Mina y La Vega Arriba." (197) No obstante los aspectos aquí mencionados resumen todos los elementos que pueden convertirnos en fortaleza, la realidad nos muestra que aún falta mucho camino por recorrer. Por ejemplo, se expresa la necesidad de consolidar los servicios de apoyo y algunos puntos turísticos sobre los cuales dar inicio a la estrategia. Es más,

allí también se menciona que se van a organizar 50 guías turísticos con la suficiente preparación para dejar en alto la ciudad de Valledupar. Sin embargo, pese a que ambas metas se complementan, en el documento no se evidencian los mecanismos para integrarlas. De tal forma que para presentarse como una ciudad atractiva para el turista americano o europeo, esta cartilla es primer paso y puente necesario entre ambos postulados. Todos los elementos que han sido mencionados fueron considerados cuando se proyectó realizar esta cartilla. En todas las ciudades que valoran el turismo es fácil llegar a un punto de información y encontrarse con una guía turística básica, disponible en varios idiomas. En Valledupar se han dado algunos intentos efímeros, pero pese a la permanente necesidad, no solo persiste la carencia, si no que ésta es inexistente en otra lengua. Desde el SENA quisimos consolidar toda la información en un documento sólido, sencillo pero eficaz para que el turista nacional o extranjero acceda fácilmente a los puntos y lugares más relevantes que tiene la región. Strambo & Atteridge

inclusive hacen referencia a la incidencia del SENA en esta aspecto, “Long-term planning should also account for labour skills. The National Service for Learning (SENA) – which offers free technical training to support the country’s economic, technological and social development – could work with national agencies and local universities to prepare a new generation of professionals whose skills and knowledge will support the regional transition.” (5) [1] Por lo cual esta cartilla indudablemente será un importante referente turístico para propios y extraños, sin barreras lingüísticas a vencer.

A manera de conclusión, el fenómeno de la economía naranja es un hecho que ha sido resaltado por muchos economistas a nivel global, y el gobierno recientemente elegido en Colombia lo convirtió en su motor de campaña. Valledupar por sus particulares circunstancias socio-culturales y geográficas puede consolidarse como una ciudad emblemática de este fenómeno. No obstante, pese a su ya reconocida tradición cultural, el municipio no cuenta con una guía turística clara en donde se puedan

encontrar fácilmente los sitios de interés público: museos, restaurantes, hoteles entre otros. Tampoco hay un mapa donde ubicar lugares de esparcimiento como parques, centros comerciales, ríos o plazas, por esta razón algunos turistas no disfrutaban de todo lo que ofrece esta ciudad. Este proyecto consolida la información de los lugares ya reconocidos mundialmente como la plaza Alfonso López o el Pedazo de Acordeón, además de incluir otros desconocidos hasta para los mismos vallenatos, como las cascadas y piscinas naturales que hay en la zona corregimental de Azúcar Buena y Río Seco respectivamente. En la cartilla se muestra además cómo la ciudad crece de manera organizada, resaltando todos estos lugares con georeferentes apropiados para guiar al turista, al mismo tiempo que se enriquece con nuevas opciones como el avistamiento de aves, con especies únicas en Colombia, hecho por el cual la ciudad acaba de ganarse el reconocimiento nacional.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la fase de identificación y siguiendo la metodología establecida, se seleccionaron

58 sitios turísticos, de los cuales 38 corresponden a la ciudad de Valledupar y los 20 restantes a los corregimientos de Atanquez, La Mesa, Azúcar Buena, La Vega, Patillal y Valencia; los municipios de La Paz, San Diego, Codazzi, Manaure y Pueblo Bello.

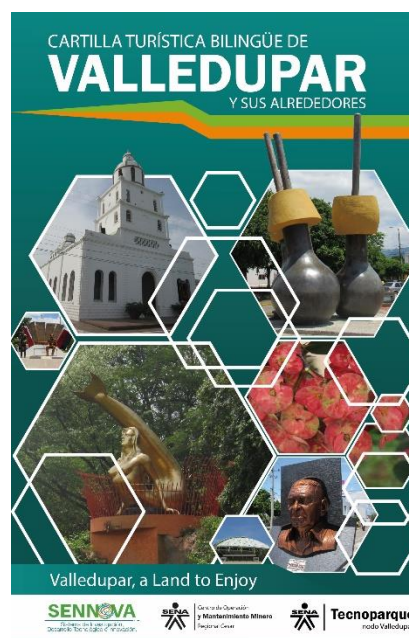
Durante la fase de descripción de la información se realizaron visitas a cada sitio turístico seleccionado, se tomaron fotografías y se georreferenciaron con el fin de contar con la información suficiente para realizar la descripción. Cada lugar fue descrito en español y traducido al inglés, obteniéndose así la información suficiente para incluir en la cartilla.

Como resultado del diseño de la cartilla informativa se jerarquizó la información, se seleccionó el tamaño media carta con 70 páginas a todo color, en papel propalcote, donde se presentó cada sitio turístico en dos páginas con fotografías, una con la descripción en inglés y otra en español.

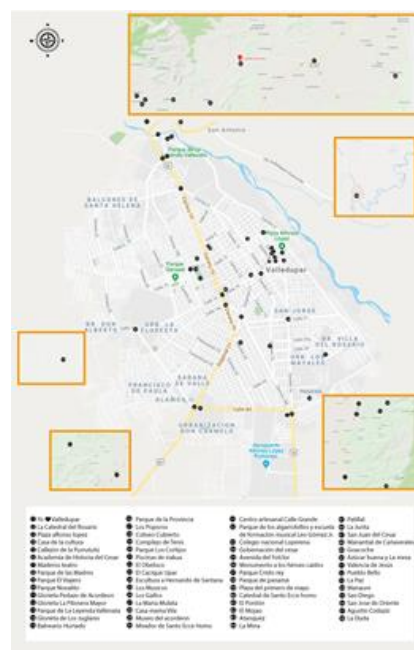
4. CONCLUSIONES

Son varias las iniciativas gubernamentales para aprovechar los atractivos turísticos de la región, lo cual se ve reflejado tanto en los planes de gobierno departamental y municipal, como en los diferentes documentos institucionales que quieren empoderar la ciudad como punto turístico. Pese a ello, se carece de un mapa o algún documento similar que sirva de guía para dicho propósito. El Centro de Operación y Mantenimiento Minero, SENA Regional Cesar, responde a esta necesidad con esta cartilla que no solo sirve de referente a los turistas nacionales, si no también a los internacionales, subsanando con ello la posible barrera lingüística por desconocimiento del español.

La investigación subsiguiente debe dirigirse hacia la definición del impacto producido en el sector turístico por su utilización y la realización de las rutas que incluyan diversas actividades según los intereses de los visitantes.



Portada, diseño Fabián Galvis.



Mapa que se encuentra en la cartilla con los 58 puntos georeferenciados. Diseño Fabián Galvis.

AGRADECIMIENTOS.

A Sennova, las entidades privadas que fueron incluidas por su interés como museo del acordeón, casa de la cultura, etc y el equipo del semillero por un trabajo bien hecho.

REFERENCIA

[1] C. S. y. A. Atteridge, «How Colombia can plan for a future without coal,» Stockolm Environment Institute. SEI policy brief, Stockolm, 2018.

[2] Departamento Nacional de Planeación, «Visión de Desarrollo Territorial Departamental Visión Cesar Caribe 2032: Un departamento en Crecimiento Generando Bienestar,» Imprenta Nacional de Colombia, Bogotá, 2011.

[3] Gobención del Cesar, Aviatur, Avia Export, «Plan Sectorial de Turismo del Departamento del Cesar. Cesar: Naturaleza, Música y Leyenda,» Valledupar, 2010.

[4] M. V. y. P. C. A. C. Alvarado Cadena, «Repositorio Institucional de la Escuela

Superior Politécnica de Chimborazo,» 19 abril 2010. [En línea]. Available: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/150>. [Último acceso: 2018].

[5] Gobernación del Cesar, «Gobernación del Cesar, Por el Camino del Desarrollo y la PAZ. Plan de desarrollo del departamento del Cesar. 2016-2019,» Valledupar, 2016.

[6] «Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación PEDCTI 2012-2022,» Barranquilla, 2013.

[7] Grupo Prodeco, «Gran Alianza para promover el Turismo en el Cesar,» Grupo Prodeco, [En línea]. Available: <http://www.grupoprodeco.com.co/es/sala-de-prensa/grupo-prodeco-informa/nuestros-aportes/>. [Último acceso: septiembre 2018].

[8] Alcaldía de Valledupar, «Plan de Desarrollo Municipal: Valledupar Avanza,» Valledupar, 2016.