



LA SIBERIA CUNDINAMARCA, COMO DESTINO POTENCIAL PARA EL
DESARROLLO DEL TURISMO PARANORMAL

Autora

María Camila Venegas Sora

Trabajo de grado para optar por el Título de Profesional en Turismo

Modalidad: Monografía científica de investigación

Tutora de investigación

Alba Lucía Lucumí Silva

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca

Facultad de Ciencias Sociales

Programa de Turismo

Bogotá D.C, 2024

Agradecimientos

Agradezco, en primer lugar, a Dios, por brindarme la fortaleza, la sabiduría y la perseverancia para llevar a cabo este proyecto de investigación. De igual manera, expreso mi más profundo agradecimiento a la profesora y directora de investigación Alba Lucía Lucumí por su invaluable acompañamiento y orientación a lo largo de todo el proceso. Su experiencia y dedicación fueron un pilar fundamental para la realización de este trabajo. Extiendo también mi gratitud a todas las personas que, de una u otra forma, contribuyeron a que esta meta se hiciera realidad. Sus aportes y apoyo fueron esenciales en cada etapa de esta investigación, y su presencia ha sido un valioso estímulo para superar los retos y avanzar hacia la culminación de este trabajo de grado.

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación a mi abuelita Rosa (QEPD) y a mis padres, Jairo Venegas y Gloria Sora, quienes han sido pilares fundamentales en mi vida y en la realización de este proyecto. A mi abuelita, por ser un ejemplo de fortaleza y amor incondicional, y por enseñarme a valorar cada pequeño logro. A mis padres por inspirarme a ser mejor cada día y por brindarme su apoyo constante en cada paso de este camino. Su paciencia, comprensión y fe en mí me han dado la fuerza para superar los desafíos y continuar adelante, incluso en los momentos más difíciles. Gracias por sus palabras de ánimo, por creer en mis capacidades y por motivarme a seguir cumpliendo mis sueños. Este logro es también de ustedes, por todo el amor y esfuerzo que han puesto en mi formación. Sin su compañía, esta meta no se habría hecho realidad.

Tabla de contenido

Resumen	8
Introducción	9
1. Problema de investigación	11
1.1. Descripción del área	11
1.2. Planteamiento del problema	13
2. Objetivos.....	14
2.1. Objetivo general	14
2.2. Objetivos específicos.....	14
3. Justificación.....	14
4. Estado del arte	15
5. Marco teórico	19
5.1. Turismo.....	19
5.2. Turismo cultural.....	21
5.3. Turismo oscuro	22
5.4. Tanatoturismo	23
5.5. Turismo paranormal.....	24
5.6. Patrimonio oscuro.....	25
5.7. Mercantilización de la muerte	25
5.8. Turismo oscuro y sus motivaciones.....	26
5.9. Oferta turística espectral.....	27
5.10. Percepción comunitaria	28
6. Marco referencial	29
7. Marco histórico	31
8. Metodología aplicada	33
8.1. Tipo de investigación.....	33
8.2. Diseño de investigación.....	34
8.3. Instrumentos de medición.....	34
8.3.1. Encuesta.....	34
8.3.2. Entrevista.....	35
8.3.3. Recolección de historias	35

8.3.4. Observación de campo.....	36
8.4. Población y muestra.....	36
8.5. Limitaciones	37
9. Resultados	38
9.1. Interés y disposición económica de los turistas potenciales hacia el turismo paranormal en La Siberia.....	38
9.2. Percepciones y expectativas de los residentes sobre el impacto del turismo paranormal en la comunidad local.....	45
9.3. Relatos paranormales y testimonios históricos de La Siberia, para establecer su potencial atractivo en el desarrollo de actividades turísticas.....	45
9.4. Lugares representativos de La Siberia.....	46
9.4.1. Cementera Samper.....	46
9.4.2. Hospital.....	46
9.4.3. Iglesia	47
9.4.4. Escuela.....	48
9.4.5. Casas.....	48
10. Discusión.....	49
Conclusiones.....	51
Recomendaciones.....	54
Referencias bibliográficas.....	57
Anexos.....	64

Índice de tablas

<i>Tabla 1. Análisis entrevista a comunidad local</i>	64
<i>Tabla 2. Recopilación de relatos paranormales e históricos de La Siberia.....</i>	64

Índice de figuras

<i>Figura 1. Google Maps. (2024). La Siberia Cundinamarca</i>	11
<i>Figura 2. Google Maps. (2024). La Calera & La Siberia.....</i>	12
<i>Figura 3. Google Maps. (2024). Bogotá & La Siberia</i>	12
<i>Figura 4. Análisis rango de edad turistas encuestados.....</i>	38
<i>Figura 5. Análisis de la procedencia de los turistas</i>	39
<i>Figura 6. Análisis del interés en actividades paranormales por parte de los turistas.....</i>	39

<i>Figura 7. Análisis de la disposición de visita a La Siberia, por parte de los turistas</i>	40
<i>Figura 8. Análisis de la disposición económica de los turistas en actividades paranormales</i>	40
<i>Figura 9. Análisis sobre la preocupación de seguridad al visitar un destino enfocado en el turismo paranormal.....</i>	41
<i>Figura 10. Análisis de la disposición de los turistas para realizar viajes con el fin de participar en experiencias paranormales.....</i>	41
<i>Figura 11. Análisis del tipo de entorno o paisaje que resultaría más atractivo para los turistas en un destino de turismo paranormal.....</i>	42
<i>Figura 12. Análisis sobre la influencia de la promoción en redes sociales o sitios web en la decisión de visitar un destino paranormal como La Siberia.....</i>	43
<i>Figura 13. Análisis de las actividades más atractivas que los turistas buscarían en La Siberia como destino de turismo paranormal.</i>	43
<i>Figura 14. Análisis sobre la importancia de que un destino turístico cuente con servicios adicionales</i>	44
<i>Figura 15. Análisis de los factores más influyentes en la elección de visitar un destino paranormal como La Siberia.....</i>	44
<i>Figura 16. Cementera Samper</i>	46
<i>Figura 17. Hospital de La Siberia (años 70).....</i>	47
<i>Figura 18. Iglesia de La Siberia.....</i>	47
<i>Figura 19. Escuela Joaquín Samper Brush</i>	48
<i>Figura 20. Casa en La Siberia</i>	49

Índice de acápites y anexos

Tabla 1. Análisis entrevista a comunidad local.....	64
Tabla 2. Recopilación de relatos paranormales e históricos de La Siberia.....	64
Anexo A. Formato de encuesta.....	64
Anexo B. Formato de entrevista.....	64
Anexo C. Recopilación gráfica de La Siberia antes de su abandono	64
Anexo D. Recopilación gráfica del estado actual de La Siberia	64

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar el potencial de La Siberia, en La Calera, Cundinamarca como un destino turístico enfocado en el turismo paranormal, para diversificar la oferta turística y reactivar un sitio que en el pasado fue importante para la región. Se utilizó una metodología mixta que combinó técnicas cuantitativas y cualitativas; se aplicaron encuestas a turistas para determinar su potencialidad, también se hicieron entrevistas a los habitantes con el fin de conocer sus impresiones con respecto a estas actividades en su territorio y, se recopilaban historias sobre el pasado del lugar y sobre sus experiencias personales relacionadas con lo paranormal.

Los resultados muestran que los turistas están interesados en que desde el turismo se les brinde otro tipo de experiencias como las paranormales y están dispuestos a pagar por dichas experiencias. La mayoría de los residentes de la región creen que ofertar actividades turísticas relacionadas con estas experiencias puede generar más recursos y beneficiarlos. Mientras que otros manifestaron su preocupación por la llegada de turismo masivo, principalmente por la accesibilidad y la seguridad. Lo que lleva a concluir que con la gestión apropiada para llevar turismo hasta La Siberia y con una adecuada promoción, este lugar puede transformarse en una alternativa turística que contribuya al desarrollo socioeconómico de La Calera, al mismo tiempo que beneficia a sus habitantes.

Palabras clave: *Turismo oscuro, percepción comunitaria, experiencias paranormales, La Calera*

Abstract

The present research aimed to determine the potential of La Siberia, in La Calera, Cundinamarca, as a tourism destination focused on paranormal tourism, to diversify the tourism offer and reactivate a site that was once important to the region. A mixed methodology was used, combining quantitative and qualitative techniques: surveys were conducted with tourists to determine its potential, interviews were held with residents to gather their impressions regarding these activities in their territory, and stories about the place's past and personal experiences related to the paranormal were collected. The results show that tourists are interested in being offered other types of experiences, such as paranormal ones, and are willing to pay for these experiences. While some residents of the region believe that offering tourism activities related to these experiences can generate more resources and benefit them, others e

xpressed concerns about the arrival of mass tourism, accessibility, and safety. This leads to the conclusion that with appropriate management to bring tourism to La Siberia and with proper promotion, this place can transform into a tourism alternative that contributes to the socio-economic development of La Calera, while benefiting its residents.

Keywords: *Dark Tourism, Community Perception, Paranormal Experiences, La Calera*

Introducción

Las personas generalmente relacionan la palabra turismo con vacaciones en la playa, disfrutando del sol, nadando en el mar o piscina, o por el contrario visitando museos, catedrales o sitios de interés en los destinos. Sin embargo, los turistas amantes del misterio buscan experiencias cada vez más extremas, que lleven sus emociones y sentidos al límite. Por lo tanto, explorar cementerios, entrar a casas abandonadas, visitar pueblos fantasma o lugares donde ocurrieron catástrofes humanas, se ha popularizado y ahora es conocido como turismo oscuro. (Aguilar, 2021).

Viajar a lugares en los que han sucedido tragedias, ya sean guerras, desastres naturales, sucesos paranormales y muertes, se trata de un concepto utilizado por primera vez en 1996 por los profesores John Lennon y Malcolm Foley de la Universidad Escocesa de Glasgow, y aunque parezca un fenómeno moderno, no lo es. El ser humano siempre ha tenido una morbosa atracción hacia la muerte, esa curiosidad data de la época medieval, por ejemplo, con las ejecuciones públicas en pueblos y ciudades. Por lo que el éxito del turismo oscuro se debe al deseo humano de experimentar la realidad más dura.

Lennon y Foley (2000), hacen mención del turismo paranormal dentro de la clasificación del turismo oscuro como; “Visitar lugares paranormales, en los que se ha recogido alguna psicofonía o en los que se han producido apariciones de fantasmas y, por lo tanto, hay testimonios de visiones de fantasmas”.

En la vía a La Calera, a una hora de Bogotá, se encuentra la ciudadela La Siberia, lugar donde en 1933 se construyó la primera fábrica de cemento del país, además se adecuó una iglesia, un hospital, una escuela y decenas de casas para los 1.400 trabajadores que producían 1.500 toneladas de cemento marca Samper. Después de la recesión económica de 1998 la fábrica fue clausurada y los obreros tuvieron que abandonar el lugar. Hoy 25 años después, solo quedan ruinas infestadas de maleza y ha sido el sitio perfecto para fomentar

historias de fantasmas y actividades paranormales que han atraído a curiosos por años. (Carrillo, 2015).

El presente proyecto de investigación se enfoca en determinar el potencial de La Siberia, Cundinamarca como un destino turístico paranormal. A través del cual se busca explorar la viabilidad para el desarrollo de actividades que atraigan a visitantes interesados en experiencias sobrenaturales, considerando el interés creciente por este tipo de turismo y su posible impacto en la economía local. Además, se examina la disponibilidad económica de los turistas y la percepción de la comunidad local frente a la transformación de La Siberia en un destino enfocado en lo paranormal, lo que permitirá evaluar su rechazo o aceptación y sus posibles impactos y beneficios tanto sociales como económicos.

Esta investigación es relevante, porque puede contribuir a diversificar la oferta turística, yendo más allá de los enfoques tradicionales del turismo. Demostrando como la curiosidad humana por lo inexplicable y lo sobrenatural, puede transformarse en una fuente de ingresos para la comunidad, revitalizando un lugar abandonado y creando un nuevo tipo de atracción para los visitantes. De esta manera, este trabajo pretende ser un punto de partida para futuras investigaciones y el desarrollo de actividades turísticas que impulsen el crecimiento económico local, al mismo tiempo que se preserva su historia y cultura.

Para alcanzar los objetivos planteados, se utilizó una metodología mixta que combina técnicas tanto cuantitativas como cualitativas. Se llevaron a cabo encuestas a turistas potenciales para evaluar su interés y disposición económica para realizar actividades paranormales en La Siberia, seguido de entrevistas con miembros de la comunidad local de La Calera para comprender sus percepciones y expectativas sobre el turismo paranormal en su territorio. Se recopilieron relatos paranormales y testimonios históricos de ex habitantes de la Siberia para establecer su potencial atractivo en el desarrollo de actividades turísticas, y, por último, la observación de campo para explorar el estado actual de La Siberia e identificar los lugares más representativos de este destino.

El desarrollo de esta investigación enfrentó algunas limitaciones que influyeron en la recolección y análisis de los datos. La falta de cifras puntuales sobre el número de turistas que visitan La Calera dificultó el diseño de un muestreo más amplio y representativo, lo que llevo a optar por un muestreo intensional. Asimismo, la dificultad para acceder a información por parte de La Alcaldía de La Calera redujo el acceso a perspectivas institucionales. A pesar

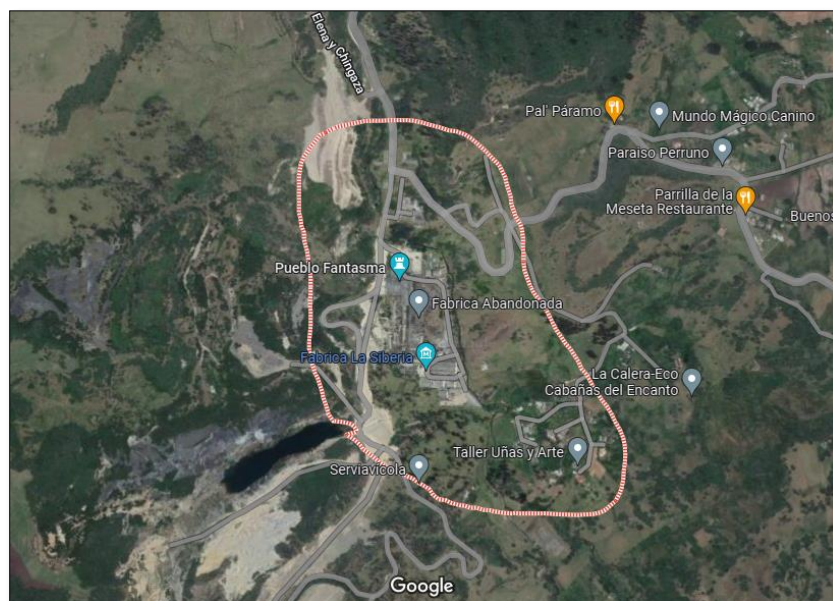
de estas limitaciones, el estudio proporciona información valiosa sobre el potencial de La Siberia como destino turístico paranormal y sienta las bases para futuros desarrollos turísticos en el municipio.

1. Problema de investigación

1.1. Descripción del área

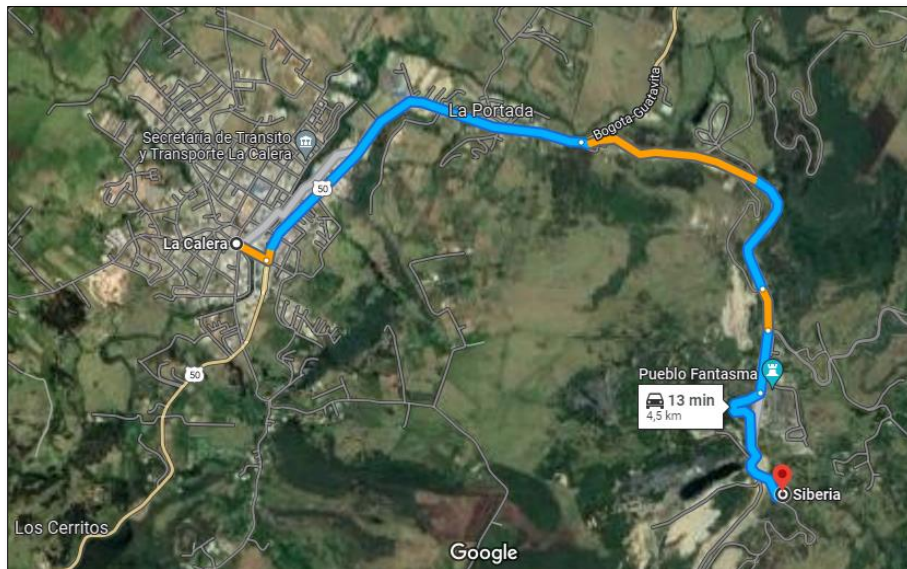
La Siberia Cundinamarca, está ubicada en el Valle del Río Teusacá, a 5 kilómetros del municipio de La Calera, donde nace el páramo de Chingaza. (Calderón, 2020).

Figura 1: Google Maps. (2024). La Siberia Cundinamarca



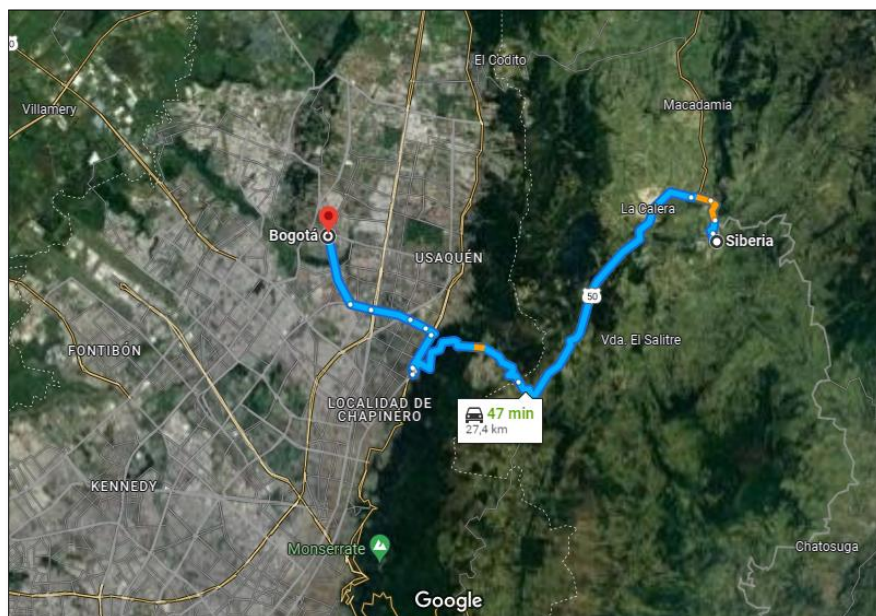
La Calera está ubicada en medio del Río Teusacá y el Río Blanco, en el occidente de la Provincia del Guavio, a 18 kilómetros al nororiente de Bogotá, cerca de las localidades de Chapinero y Usaquén. Se encuentra entre los 2.600 y 3.000 m.s.n.m, por lo que tiene pisos térmicos frío y páramo. El municipio cuenta con alrededor de 35.300 habitantes y limita con los municipios de Choachí, Sopo, Guasca, Junín y Fómeque. La Calera está a 5 kilómetros (15 minutos) de La Siberia (Sokoloff, 2015).

Figura 2: Google Maps. (2024). La Calera & La Siberia



La ciudad de Bogotá está ubicada en el centro del país, en la cordillera oriental. Su altura media está en los 2.625 m.s.n.m. Está dentro de la zona de confluencia intertropical, produciendo dos épocas de lluvia; en la primera mitad del año en los meses de marzo, abril y mayo y en la segunda en los meses de septiembre, octubre y noviembre. Limita al norte con las localidades de San Cristóbal, Rafael Uribe y Tunjuelito; al sur con la localidad de Sumapaz; al oriente con los municipios de Ubaque y Chipaque y al occidente con la localidad de Ciudad Bolívar y el municipio de Pasca. Cuenta con 300.000 habitantes aproximadamente. Bogotá está a 27,4 kilómetros (49 minutos) de La Siberia. (Sokoloff, 2015).

Figura 3: Google Maps. (2024). Bogotá & La Siberia



1.2. Planteamiento del problema

En los últimos años se ha venido hablando del turismo oscuro como una nueva tendencia de turismo, lo cual ha promovido el desarrollo de una oferta y una demanda. Esto se puede observar claramente en excursiones a Chernóbil. La ciudad de Prípiat, donde está ubicada la planta nuclear de Chernóbil, se abrió a los turistas en 2011 y desde entonces el número de visitantes anuales no ha dejado de crecer, según *La Junta de Turismo y Promoción de Kiev*, para 2019 recibieron alrededor de 100.000 turistas, con lo que superaron los 72.000 del año anterior. (CNBC, 2019).

En cuanto al turismo paranormal, Recife, capital de Pernambuco, Brasil, es una ciudad llena de historias sobre apariciones que se presentan como personajes casi humanos que recorren los lugares turísticos. Esta ciudad es uno de los principales destinos turísticos urbanos de Brasil y se considera un motor de desarrollo turístico en la región. Con cerca de 1,8 millones de turistas nacionales y 2,7 millones de turistas extranjeros, ocupando el sexto lugar en la clasificación de competitividad de destinos en Brasil. (Korossy et al, 2018).

En Colombia, la oferta de tours relacionados al turismo oscuro se ha enfocado en Pablo Escobar, el narcotráfico y la violencia. En el año 2017, Medellín experimentó un notable aumento en la llegada de turistas internacionales, alcanzando su nivel más alto en el ámbito hotelero en la última década. Además, en 2008 se registraron aproximadamente 250.000 visitantes, cifra que creció a cerca de 700.000 en el año 2016, según datos proporcionados por el *Medellín Convention & Visitors Bureau*, a través de una entrevista realizada por la Universidad Externado de Colombia, donde se encontró que el 25% de los turistas encuestados asocian a Medellín con el narcotráfico y temas relacionados. (Contreras y Rueda, 2020).

A pesar de que el turismo oscuro y el turismo paranormal han ganado popularidad en diferentes lugares del mundo y en algunas partes de Colombia, en la búsqueda documental del presente estudio no se registran investigaciones o estudios empíricos que dejen ver adelantos enfocados en el desarrollo del turismo paranormal en La Siberia. Esto implica la necesidad de analizar la demanda potencial de turistas, la percepción de la comunidad local y las narrativas existentes del lugar, con el fin de identificar su posible desarrollo como un destino de turismo paranormal. En consecuencia, la pregunta de investigación planteada es: ¿Cuál es el potencial del turismo paranormal en La Siberia, considerando la demanda de

turistas, la percepción de la comunidad local y la riqueza de narrativas históricas y paranormales del lugar?

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Determinar el potencial del turismo paranormal en La Siberia, a través de la demanda potencial, la percepción local y la recopilación de narrativas históricas y paranormales.

2.2. Objetivos específicos

- 2.2.1.** Evaluar el interés y la disposición económica de los turistas potenciales hacia el turismo paranormal en La Siberia
- 2.2.2.** Analizar las percepciones de la comunidad local frente al impacto socioeconómico y cultural del turismo paranormal en La Siberia
- 2.2.3.** Documentar relatos paranormales y testimonios históricos de La Siberia, para establecer su potencial atractivo en el desarrollo de actividades turísticas.

3. Justificación

En Colombia el turismo oscuro se ha enfocado hacia el narcotráfico, el cual se ha convertido en el principal motivo de estigmatización ante el resto del mundo. Debido a esto al país y a los colombianos se les asocia con la droga, Pablo Escobar y al narcoterrorismo. (Bohórquez, 2021). Por tal motivo, es importante abordar el turismo oscuro desde un panorama distinto al narcotráfico. Una nueva interpretación del turismo paranormal siendo una subtipología del turismo oscuro, son los pueblos fantasma como lo es La Siberia Cundinamarca. Los recorridos a lugares abandonados, envueltos en el misterio que les otorga las historias de miedo reales acontecidas en esos escenarios o las leyendas de terror creadas por el folclore popular, es también conocido más específicamente como turismo paranormal o turismo de terror. (Valdez, 2010).

La conveniencia de este estudio radica en la falta de investigaciones previas sobre el desarrollo de actividades turísticas en La Siberia, lo cual refleja la oportunidad de explorar un segmento turístico emergente como lo es el turismo paranormal, que podría traer beneficios sociales y económicos al destino. En cuanto a los aportes sociales de esta

investigación, se manifiestan en una alternativa de desarrollo económico para la comunidad local, a través de la generación de empleos y la revitalización de un espacio históricamente olvidado.

La implicación práctica del turismo paranormal en La Siberia puede ser crucial para crear productos turísticos que atraigan a una demanda de turistas interesados en ese tipo de experiencias. Igualmente, lo hallado en este estudio sirve para que las autoridades locales implementen planes para la seguridad del lugar y para que los prestadores de servicios turísticos amplíen la oferta turística en el municipio.

4. Estado del arte

Se busca establecer una base sólida para investigar las potencialidades del turismo paranormal a través de una revisión exhaustiva de artículos y tesis de grado. Por lo tanto, se examinará la literatura existente sobre el tema, así como estudios de caso en contextos similares. Se revisaron bases de datos como Google Scholar, Scopus, SciELO y Redalyc, además de repositorios institucionales de universidades extranjeras y colombianas. A continuación, se recopilaron y analizaron los estudios e investigaciones más pertinentes sobre el fenómeno del turismo oscuro y paranormal, con un enfoque especial en su posible aplicación en La Siberia, Cundinamarca.

En el estudio de Van Broeck y López (2017), se desarrolla la discusión en torno al turismo oscuro en el que, se plantea un recorrido conceptual desde los años noventa. Se trata de un trabajo de referencia, ya que establece un sustento teórico para explicar cómo ha sido la evolución de la investigación en este ámbito. Aquí se distinguen dos etapas a lo largo del desarrollo de la investigación: las primeras investigaciones se preocupan por saber si los sitios y motivaciones son oscuros, así como la medición de los grados de oscuridad; mientras que la actualidad se enfatiza en saber cómo la atracción por la muerte y por los aspectos tétricos se incorpora dentro de la práctica turística y sus efectos.

Igualmente, Contreras y Rueda (2020), citan a Stone (2006), quien, por su parte, realizó una clasificación del turismo oscuro de gran relevancia y utilizada para clasificar la oferta turística la cual queda compuesta por siete tipos de oferta turística: Dark Fun Factories (fábrica de diversión oscura), Dark Exhibitions (exhibiciones oscuras), Dark Dungeons (mazmorras oscuras), Dark Resting Places (lugares donde se encuentran los restos de una

persona), Dark Shrines (altares oscuros), Dark Conflict Sites (sitios de conflicto oscuros), Dark Camps of Genocide (campos de genocidio). (Contreras y Rueda, 2020). Esta clasificación contribuye en la comprensión de la diversidad de experiencias que pueden ser agrupadas en este concepto.

Soro (2017), analiza la noción de turismo oscuro, que implica visitar lugares relacionados con la muerte y la tragedia, y analiza su impacto en el sector del turismo. El estudio proporciona un resumen de las diversas formas en que las personas exploran y experimentan lugares oscuros en diferentes contextos. Su discusión sobre el potencial económico en este nicho de mercado es crucial para los planificadores turísticos, ya que pueden contribuir a que los lugares sean más populares entre los visitantes y del mismo modo, para revitalizar los territorios y los destinos.

La investigación del autor Delega (2021), se centra en la estancia “Montelén” en Argentina, analizando los atractivos turísticos y la posibilidad de configurarla como atractivo turístico. El autor encontró que las principales motivaciones eran la curiosidad, el interés por la arquitectura y el deseo de comprender la historia del lugar. Sin embargo, confirmó que actualmente no es posible definirlo como un sitio de turismo oscuro, destacando la dificultad para clasificar dichos sitios.

En su investigación Ivo Ivov (2022), examina las razones detrás del turismo oscuro y explora las tendencias futuras. Este estudio ofrece una comprensión actualizada de las razones por las que los visitantes se sienten atraídos por visitar lugares relacionados con la muerte, las catástrofes o lo paranormal. Para comprender mejor la psicología de los turistas que participan en estas actividades, es necesario realizar este análisis de las motivaciones detrás del turismo oscuro. Una base teórica para el diseño de experiencias de turismo oscuro es la idea de que los turistas buscan empatizar o recrear mentalmente eventos trágicos.

La investigación de Andrade y Guillén (2019), se enfoca en el diseño de una oferta turística espectral en Guayaquil, Ecuador, en el desarrollo de productos y destinos enfocados en el turismo oscuro. Los autores investigaron la demanda potencial de este tipo de turismo. La metodología empleada es útil para analizar el posible interés en el turismo oscuro en destinos emergentes. El descubrimiento de este estudio indica que el turismo oscuro puede ser una posibilidad de diversificación para destinos turísticos consolidados, teniendo en cuenta la demanda no atendida de turistas interesados en experiencias paranormales.

En otro sentido, el estudio de Korossy et al. (2018), describe cómo experiencias sobrenaturales se han transformado en atracciones turísticas en Recife, Brasil. Los autores muestran cómo las leyendas urbanas y las historias de fantasmas, presentes en el folklore local, pueden ser aprovechadas para desarrollar nuevas modalidades de turismo en la ciudad. Este enfoque no sólo diversifica la oferta turística, sino que también contribuye a la preservación y difusión del patrimonio cultural inmaterial.

Siguiendo el mismo enfoque, Valdez (2010), investiga cómo las leyendas de fantasmas en el corazón histórico de Puebla, México, pueden ser utilizadas como un complemento para el turismo. El estudio investiga cómo las leyendas e historias locales, como parte del patrimonio intangible, pueden mejorar la atracción turística de lugares históricos. El autor encuentra 15 edificios en el Centro Histórico de Puebla que ofrecen un modelo para evaluar posibles recursos de turismo oscuro en áreas históricas urbanas. Este estudio es pionero en investigar la aceptación de los turistas hacia la inclusión de leyendas como atractivos adicionales que pueden mejorar la experiencia del visitante.

Así mismo, el proyecto de Quispe (2021), propone una ruta turística paranormal en La Paz, Bolivia. La investigación es relevante porque demuestra el potencial del turismo paranormal en contextos urbanos. El estudio proporciona evidencia de que existe un interés significativo en este tipo de experiencias turísticas por parte de la población local, lo que podría abrir nuevas oportunidades para el desarrollo turístico en la región y el apoyo comunitario para la realización de estas actividades. Respecto a la investigación de Rivas et al. (2020), discuten el Tanaturismo como estrategia de desarrollo local en el barrio de San Roque en Quito, Ecuador. Los escritores investigan de qué manera el turismo oscuro puede beneficiar al progreso económico y social de la comunidad. Del mismo modo, proporciona información valiosa sobre la aceptación de este tipo de turismo tanto por parte de los visitantes como de los residentes locales.

Por otra parte, Contreras y Rueda (2020) examinan las similitudes y diferencias entre México y Colombia. Esta investigación es importante porque examina el potencial y la oferta del turismo oscuro en dos naciones latinoamericanas que comparten similitudes históricas y culturales. La clasificación de Stone (2006), categoriza los atractivos y ofrece una estructura útil para comprender los diversos tipos de turismo oscuro. Los hallazgos demuestran que México ha tenido éxito frente al turismo oscuro, lo que Colombia podría imitar para

maximizar el potencial de sus atractivos oscuros emergentes y aumentar la variedad de su oferta turística.

Ovalles (2017), realiza un diagnóstico de lugares potencialmente atractivos para el turismo oscuro en Cúcuta y su área metropolitana. Para evaluar el potencial turístico de sitios sin mercado establecido, esta investigación utiliza técnicas novedosas como la valoración contingente, con la finalidad de analizar el atractivo turístico de lugares que no cuentan con un mercado definido. Por otro lado, Bohórquez (2021), lleva a cabo un estudio sobre la oferta y demanda de turismo oscuro en Armero, Tolima. Esta investigación explora las diversas teorías y conceptos del turismo oscuro desde sus orígenes hasta la actualidad, y plantea una relación con el turismo de base comunitaria. El objetivo de esta iniciativa es beneficiar a la población local y fomentar un crecimiento sostenible en términos económicos, sociales y ambientales, a la vez que se proteja la memoria histórica del lugar.

El objetivo de la investigación de Acosta et al. (2020) es implementar el turismo oscuro en Cundinamarca, identificando las características de los destinos y evaluando la posibilidad de desarrollar estos viajes como una forma de generar ingresos para las comunidades locales. El estudio examinó la posibilidad de crear recorridos guiados que narren la historia de los lugares a través de una variedad de actividades. Esta investigación demuestra la capacidad del turismo oscuro para generar oportunidades económicas. En relación con el estudio de Alba et al. (2018), los autores proponen una ruta turística basada en mitos y leyendas en los municipios de Tabio, Tenjo y Subachoque. La investigación es relevante porque muestra cómo el patrimonio cultural inmaterial puede integrarse en experiencias turísticas, un aspecto que está presente en el turismo oscuro.

En otro sentido, Sepúlveda (2020), se dedica a detallar las implicaciones del turismo oscuro y qué componentes o acciones son requeridas para su realización. También, pretende investigar la vivencia y percepción del turismo oscuro en Medellín, Colombia. Esta investigación es importante ya que analiza cómo el turismo oscuro puede influir en la transformación de la imagen y la percepción de una ciudad previamente vinculada con la violencia.

Finalmente, Rodríguez (2020), explora las posibilidades del turismo oscuro en el antiguo Bronx de Bogotá. Es un caso de estudio significativo sobre cómo el turismo oscuro puede ayudar a cambiar las áreas urbanas estigmatizadas. De manera similar, se ocupa de

cómo las comunidades locales perciben y desean presentar su historia. Dicha comunidad prefiere concentrarse en narrativas de cambio en lugar de historias oscuras del lugar; esto es particularmente útil para la planificación ética del turismo oscuro.

En síntesis, el actual estado del arte demuestra un aumento en el interés académico y práctico sobre el turismo oscuro, con estudios que investigan desde la definición y motivaciones de los turistas, hasta la creación de productos y destinos especializados. Existe una tendencia hacia la unión del turismo oscuro con otras modalidades culturales, patrimoniales y comunitarias, destacando la importancia de una gestión turística ética y sostenible. No obstante, también se encuentran brechas en el entendimiento actual del turismo paranormal en áreas rurales de Colombia. Este estudio sobre La Siberia, Cundinamarca, pretende ayudar a cerrar estas brechas, investigando de qué manera las costumbres locales, historias, relatos y lugares con fama de paranormales pueden ser aprovechados como atracciones turísticas sostenibles que favorezcan a la población local y protejan su legado cultural e histórico.

5. Marco teórico

El presente trabajo de investigación pretende examinar el potencial de La Siberia Cundinamarca para el turismo paranormal, analizando las motivaciones de los visitantes y el impacto en la economía y percepción de la comunidad local. Para ello, es fundamental abordar los siguientes conceptos clave.

5.1. Turismo

A lo largo de los años, diversos autores han tratado de definir al turismo sin lograr un acuerdo definitivo. Uno de los primeros conceptos fue realizado por Hunziker y Krapf (1942), quienes definieron al turismo como la suma de fenómenos y relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de no residentes, en cuanto no están ligados a una residencia permanente, ni a una actividad remunerada. Años después De la Torre Padilla (1980), definió al turismo como un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro en el que no ejercen alguna actividad lucrativa ni remunerada, generando interrelaciones de tipo económico y cultural. Por otro

lado, Mathieson y Wall (1982), definieron al turismo como el movimiento temporal de la gente por periodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo.

La OMT (2000), afirmó que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. (OMT 2000 p. 7).

Según González (2004), una de las principales críticas a estas definiciones, es la falta de consideración del ámbito social y cultural del turismo, así como la importancia de la comunidad local en el mismo. Por su parte, Hiernaux (2002), consideró que el turismo es un conductor de actividades económicas, y no una actividad económica como tal, por lo tanto, plantea que el turismo es un proceso societario propio del desarrollo de las sociedades capitalistas. Por otro lado, Bertoncetto (2002), hizo hincapié en la comprensión del turismo como una práctica social, afirmando que la principal desventaja de la definición de la OMT es referir al turismo como una práctica protagonizada solamente por los turistas, excluyendo a los demás sujetos sociales que también participan en ella. Del mismo modo afirma que el turismo es una práctica social propia de la modernidad, concebida por las sociedades modernas como un derecho laboral y social, la cual se asocia al conjunto de actividades económicas vinculadas a la prestación de servicios para poder llevarse a cabo tales como; transporte, hoteles, restaurantes. (Bertoncetto, 2002). Finalmente ampliando su primera definición, la OMT (2008), redefine al turismo como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, por motivos personales, de negocios u otros.

De acuerdo con la presente investigación, se entenderá por turismo al fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a lugares fuera de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año y por motivos personales, de negocios u otros, el cual genera impactos sociales, culturales, económicos y ambientales, tanto positivos como negativos, en las comunidades de destino, tal como lo mencionó la OMT (2008). Se considera adecuada esta definición, ya que es la más completa y menciona los aspectos más relevantes del fenómeno del turismo.

5.2. Turismo cultural

Se considera a la tipología de turismo cultural y patrimonio aspectos relevantes en la revisión bibliográfica de este proyecto de investigación, considerando lo que afirma el autor Niemela (2010), “El turismo oscuro está fuertemente relacionado con el turismo cultural y el patrimonio, teniendo en cuenta la historia y la tragedia como parte vital del mismo”. Por tal motivo es pertinente mencionar estos términos.

Según Hiriart (2009), las nociones de patrimonio cultural material e inmaterial, acogen conceptos como monumento histórico, patrimonio intangible, arquitectura, herencia inmaterial, tradiciones orales, festividades, entre otras, las cuales a lo largo de la historia han adquirido un significado importante, producto de su diversidad y la relación de esos bienes con su entorno social, físico y natural. El patrimonio establece una relación dinámica, social y cultural con diversos procesos productivos, en los que se destaca de manera contundente el turismo cultural (Hiriart, 2009). Para Herrera (2000), el turismo cultural es punta de lanza para las políticas turísticas de muchos países del mundo, que compiten por posicionarse en los primeros lugares de captación de turistas internacionales y de divisas que estos generan a nivel mundial.

Como lo argumentó Villasante (2000), “turismo y cultura son dos realidades destinadas a converger debido a su potencial y capacidad de atracción de visitantes, a partir de lo que se conoce como “turismo cultural”, un concepto que responde a una demanda social y supone un alto consumo de servicios”. (p. 21). Para Herrera (2000), los recursos que deja el turismo cultural deben revertir en beneficio tanto del patrimonio y su conservación, como en el desarrollo socioeconómico del destino.

Por otro lado, según Velasco (2009), la demanda del turismo cultural se ha disparado, lo que supone un peligro para la supervivencia de este y su propia identidad. Del mismo modo Pastor (2003), argumentó que los gobiernos de los países conocen la riqueza y el valor del patrimonio cultural, y al mismo tiempo son conscientes del deterioro acelerado que este está sufriendo. Según Velasco (2009), la diversificación de la cultura en el imaginario social repercute en los bienes patrimoniales que son vistos como recursos turísticos por el sector y los propios ciudadanos. Por tal motivo, los gobiernos y las comunidades deben realizar evaluaciones periódicas del impacto en el patrimonio tangible e intangible buscando

minimizar las repercusiones negativas y potencializar programas para la conservación y gestión patrimonial del destino.

En ese aspecto, se puede considerar lo que afirmaron Kravets y Camargo (2008), “Turismo cultural, es aquel que tiene como objetivo disfrutar de bienes culturales tales como; el patrimonio histórico, artístico, arquitectónico, museos, gastronomía, entre otros”.

5.3. Turismo oscuro

Por otra parte, en relación con el turismo oscuro, varios autores han intentado definir de diferentes maneras a esta actividad turística, relacionándola con la muerte, el sufrimiento y lo macabro. Sin embargo, ninguna definición ha logrado aceptación universal (Van Broeck, 2017). El concepto de “turismo oscuro” fue definido por primera vez por los profesores Lennon y Foley en el año de 1996. Sin embargo, su trabajo no fue el primero en observar la relación entre el turismo y el interés por la muerte y lo macabro. El autor Rojek (1993), introdujo el concepto de “puntos negros” como el desarrollo comercial de los cementerios y sitios donde celebridades se encontraron con una muerte repentina y violenta, como, por ejemplo, la peregrinación anual al lugar donde James Dean murió en un accidente de tránsito en 1955.

Según Lennon y Foley (1996), el turismo oscuro se refiere principalmente a la representación y consumo por parte de los visitantes, de sitios reales o mercantilizados de muerte y desastre. Por otro lado, Seaton (1996), argumentó que el turismo oscuro data desde la Edad Media emergiendo de lo que él refiere como una “tradicción de thanatos” (contemplación de la muerte). De esta manera Seaton (1996), propuso el término “Tanatoturismo” entendido como; “viajar a lugares parcial o totalmente motivado por el deseo de encuentros reales o simbólicos con la muerte”.

Por su parte, Tarlow (2005), identificó al turismo oscuro como la visita a lugares donde tragedias o muertes históricamente notables han ocurrido y que continúan impactando en la actualidad. Mientras que Stone (2006), sugirió que es el acto de viajar a sitios asociados con la muerte, el sufrimiento y lo aparentemente macabro dentro del turismo, incluye desde experiencias basadas en lo ficticio y en el entretenimiento como “Drácula Experience” en Whitby (Reino Unido), hasta sitios turísticos de asesinatos en masa y tragedia como los campos de concentración en Auschwitz Birkenau en Polonia.

Por otra parte, Sharpley (2005), afirmó que aún no está claro si el fenómeno del turismo oscuro es impulsado por las atracciones (oferta) o por los consumidores (demanda). De manera que Miles (2002), identificó cuatro “sombras” diferentes de oscuridad, basándose en los propósitos tanto de la oferta como de la demanda del turismo oscuro. La primera sombra es “turismo negro” (turistas con un fuerte interés en la muerte). La segunda sombra es “turismo pálido” (turistas con un interés mínimo en la muerte) En el medio de encuentran dos formas de “turismo gris”, la primera es donde los turistas interesados en la muerte visitan lugares que no fueron pensados como atracciones turísticas, mientras que la segunda incluye aquellos sitios pensados como atracciones turísticas, pero que atraen turistas cuya motivación principal no es el interés por la muerte. (Miles, 2002).

5.4. Tanatoturismo

El Tanatoturismo proviene del vocablo griego “Tánatos” que significa personificar una muerte violenta, es decir se reencarna la experiencia o sucesos relacionados con la muerte y el sufrimiento en un determinado periodo y lugar, el cual en el transcurso del tiempo va tomado mayor valor histórico, (López, 2016). Según Korstanje (2015), el turismo oscuro tuvo su origen en la antigua Roma debido a que las personas solían a ver las luchas y muertes de los gladiadores romanos. Por otro lado, el mismo autor argumentó que el Tanatoturismo se produjo en la época del Romanticismo, finales del siglo XVIII e inicios del XIX, como la dimensión turística de la “tanatopsis”, en que la contemplación de los lugares donde yacen los muertos o hubo muertes nos recuerda que también vamos a morir. (Korstanje, 2015).

Según Nieto, et al (2016), existen turistas que buscan vacacionar en lugares que están marcados por tragedias, catástrofes y muertes, pues pese a que representan una contradicción al turismo, evidencia ser una actividad concerniente con el placer, goce y regocijo con el dolor y el sufrimiento. Por lo tanto, afirman que el Tanatoturismo es un fenómeno complejo que busca dar mayor interpretación a las exigencias turísticas que engloban los gustos lúgubres por los sucesos ocurridos en un determinado sitio. Del mismo modo Korstanje (2015), afirmó que, esas motivaciones algo extravagantes suelen generar en los visitantes, sensaciones de llegar a alegrarse por el sufrimiento ajeno, dado a que las actividades de turismo oscuro buscan generar experiencias que cambien el modo de ver la vida a través del sufrimiento ajeno.

Por otra parte, Nieto, et al (2016), afirmaron que el Tanatoturismo o turismo oscuro se considera una actividad económica turística que permite el desplazamiento de un lugar a otro, siendo este uno de los nuevos sectores económicos con mayor evolución a nivel mundial, más aún porque se adapta a la demanda de los turistas, creando y difundiendo de manera permanente diversas actividades que permitan satisfacer las necesidades de los turistas, aprovechando y explotando al máximo los recursos existentes, ya sean estos tangibles como: iglesias, edificaciones y cementerios, e intangibles como: leyendas, mitos y tradiciones. (Nieto, et al, 2016). Las características del Tanatoturismo más relevantes según Cedeño (2019), son: sitios donde han ocurrido desastres naturales y sitios donde se produjeron atrocidades humanas y genocidios.

La diferencia entre Tanatoturismo y turismo oscuro es una diferencia de conceptos de autores. Lennon y Foley (1996), definieron al turismo oscuro como el fenómeno que abarca la presentación y consumo de lugares de muerte y desastres tanto reales como recreados. Por el contrario, Seaton (1996), lo define como Tanatoturismo que proviene de la palabra griega “Tanatos” que significa muerte, entendido como viajar a un lugar total o parcialmente motivado por el deseo de encuentros reales o simbólicos con la muerte. En conclusión y teniendo en cuenta los aspectos más relevantes identificados en esta revisión teórica, se considera que los conceptos Tanatoturismo y turismo oscuro conducen al mismo fenómeno.

5.5. Turismo paranormal

Es necesario analizar las definiciones base de esta investigación, por tanto, se hará mención del turismo paranormal como rama del turismo oscuro y que representa el objeto de estudio de esta investigación.

Ledhesma (2018), afirmó que el turismo paranormal es el que se desenvuelve en lugares tenebrosos que se encuentran caracterizados por los sucesos escalofriantes que se han suscitado, ya sea en casas malditas, pueblos fantasma, cárceles, centros de tortura y rituales, cementerios, catacumbas, entre otros, que sean relatados a través de historias y leyendas. Del mismo modo, Olmos y García (2016), definieron turismo paranormal como la actividad que consiste en que turistas tanto nacionales como extranjeros visiten lugares en donde se presencian o creen que se suscitan fenómenos paranormales. Mientras que Paucar (2013), también aportó con su definición mencionando que es una actividad que involucra hechos y

sucesos que no cuentan con una explicación por parte de la ciencia o la lógica y que comúnmente están asociados a la muerte o la tragedia.

Según Ledhesma (2018), esta tipología de turismo llamado también de miedo o espectral, ha sido considerado por varios medios como una clasificación del turismo oscuro también conocido como turismo de muerte, por estar asociado con sucesos paranormales que incluyen: psicoquinesia, adivinación, comunicación con espíritus, esoterismo, brujería, criaturas sobrenaturales y sucesos que representan el folclore y que no tienen explicación aparente. Por otro lado, Lennon y Foley (2000), fueron los encargados de proponer que el turismo oscuro este clasificado en: Turismo de Batalla, Turismo de Cementerio, Turismo de Desastres Naturales, Turismo de Holocausto, Turismo de Prisiones y por último Turismo Paranormal, definido como visitar lugares paranormales, en los que se ha recogido alguna psicofonía o en los que se han producido apariciones de fantasmas y, por lo tanto, hay testimonios de visiones de fantasmas”

Por lo tanto, se puede concluir que el turismo paranormal consiste en la visita a lugares donde se han suscitado hechos extraños relacionados con la muerte, del que resultan historias y leyendas que provocan miedo y curiosidad, tal como lo menciona Andrade (2019).

5.6. Patrimonio oscuro

En cuanto al patrimonio como insumo para el turismo oscuro, Eckersley (2020), afirmó que el termino patrimonio oscuro o herencia oscura se le atribuye a ver partes difíciles del pasado y la manera en que se conecta con la oscuridad de sus historias, conmemoraciones y recuerdos colectivos. Por otra parte, Timothy (2018), afirmó que el turismo de patrimonio es considerado como la manera más antigua de hacer turismo y tiene amplio reconocimiento a nivel global, pero por lo general la práctica se ve influenciada por diversas tipologías de turismo, por ejemplo, el religioso, cuando se visitan monumentos patrimoniales, importantes para alguna religión en particular, o con el turismo oscuro, ya que algunos destinos son catalogados como lugares patrimoniales relacionados con la muerte y la oscuridad, por lo general; campos de batalla, cementerios, zonas de guerra, cárceles, lugares de desastres naturales, entre otros. (Timothy, 2018).

5.7. Mercantilización de la muerte

La mercantilización de la muerte se puede dar desde una perspectiva filosófica como lo exponen Fonti y Stauber (2017), quienes mencionaron el negocio de la muerte como la

extensión de la vida misma, (haciendo referencia a los costosos tratamientos de enfermos terminales o quienes pagan por un tour cuya finalidad es su muerte). Por otro lado, McKenzie (2018), argumentó el hecho de mercantilizar la muerte por medio de suvenires, en donde se encuentran varios tipos de recuerdos que se pueden obtener en la visita al lugar. Del mismo modo, Prats (2016), afirmó que la demanda requiere productos y servicios relacionados con la historia del lugar, y las comunidades los crean, para atraer a más visitantes y conseguir un ingreso económico a través de la muerte.

Según Van Broeck y López (2017), afirmaron que la mercantilización de la muerte es un fenómeno, que ocurre cuando llegan visitantes interesados, en conocer una historia relacionada con hechos de muerte, convirtiéndose en una oportunidad para suplir una necesidad, por esta razón, el turismo oscuro surge para cubrir esa demanda y se convierte en una fuente de ingresos que la misma comunidad suele aprovechar. Por otro lado, Perrée (2016), afirma que la cultura forma parte fundamental para dar significado a la muerte, ejemplificando el caso de la santa muerte y el día de los muertos en México, ambas costumbres son muy arraigadas a la cultura mexicana y se ha ido popularizando a nivel mundial.

5.8. Turismo oscuro y sus motivaciones

Es necesario comprender las razones que llevan a las personas a consumir el turismo oscuro. Por lo tanto, es preciso revisar las motivaciones halladas en estudios realizados previamente. Según Seaton (1996), los turistas tienen un interés definido por la muerte, los desastres y el sufrimiento, dichos aspectos incentivan las visitas a sitios y atracciones oscuras. Por otra parte, en un estudio realizado por Yuill (2004), cuyo propósito era revelar las motivaciones de los visitantes del “Museo del Holocausto de Houston”. Se observaron distintos tipos de motivación como; regresión, educación, socialización, conmemoración y novedad, de los cuales la educación y la conmemoración fueron los principales motivos para visitar el museo, dejando a un lado el interés por la muerte, los desastres o el sufrimiento. (Delega, 2021).

Biran, et al. (2011), señalaron que los visitantes acuden a dichos lugares por la necesidad de verificar de primera mano que los eventos verdaderamente ocurrieron y para descubrir la realidad existente tras las imágenes difundidas por los medios de comunicación. En ese sentido, autores como Yuill (2004) y Gaya (2003), afirmaron que los medios de

comunicación actúan como factor de atracción, a través de su alcance masivo, ya que tienen la capacidad de traer sitios de turismo oscuro a la conciencia pública mediante películas y documentales. Por otro lado, Light (2017), afirmó que un motivo para realizar turismo oscuro es el interés por la genealogía e historia familiar personal de cada individuo, la nostalgia por el pasado y la búsqueda de lugares “auténticos” dentro de un mundo cada vez más mercantilizado.

En un estudio de Astrada (2018), realizado en el “Hotel Edén” de la Falda, Argentina, con el objetivo de conocer las motivaciones que tienen los turistas a la hora de visitar un atractivo donde se supone hay fantasmas, se observó, que uno de los motivos más relevantes es la curiosidad, impulsada por el deseo de los turistas en saber si son verdad o no, las historias que se cuenta sobre este atractivo, seguido por la socialización con amigos y familia, y su historia y arquitectura, factores motivacionales que se encontraron en el lugar. (Astrada, 2018). Por último, se puede concluir que el motivo de la demanda de lugares de turismo oscuro es inherente a los valores éticos y morales de cada persona.

5.9. Oferta turística espectral

Según Acerenza (2001), Cárdenas (2001), Gurria (2004) y Ramírez. R (2006), la oferta turística denominada de “masas” o de “sol y playa” surgió a partir del término de la Segunda Guerra Mundial, dicha oferta estaba destinada para clientes no muy exigentes, que no buscaban la perfección de la calidad, debido a su poca experiencia como turistas. (Moreno y Coromoto, 2011). Con el pasar de los años se observó un cambio en las motivaciones, necesidades y exigencias de los turistas y con esto se vinieron cambios en la oferta como; incremento de viajes de larga duración, un mayor número de turistas que viajan solos e independientemente, que buscan un turismo responsable con el medio ambiente, aumenta el Turismo de Salud, Religioso y de Negocios; así como el segmento de la tercera edad y de capacidades diferentes llegan a ser grandes generadores de divisas. Todos estos cambios conforman lo que se conoce como “Turismo Alternativo” que se caracteriza por promover distintas formas de viaje de forma flexible en distintos espacios naturales, respetando el entorno e incluyendo a las comunidades locales. (Osorio, 2010).

Las “nuevas formas de turismo” constituyen productos alternativos que buscan satisfacer nuevas demandas y aplicar principios de sostenibilidad, de las que se incluyen denominaciones como; Turismo de Aventura, Ecoturismo, Turismo Rural, Turismo

Deportivo, Agroturismo, Turismo de Congresos y Convenciones, Turismo Gastronómico, entre otros. (Rodríguez et al. 2010). Según Andrade y Guillén (2019), en la actualidad, el internet es una herramienta indispensable para comunicarse y buscar información y con la utilización de las redes sociales todo se vuelve más fácil, pues también sirven como herramienta de mercadeo, misma que es una de las formas más utilizadas en el mundo para hacer publicidad de ofertas turísticas. Además, en la sociedad actual las aplicaciones móviles son utilizadas con diferentes fines y todo aquel con un celular inteligente puede acceder a ellas, pues muchas de éstas son gratuitas. (Andrade y Guillén, 2019).

Como afirmó Aguilar (2018), en la evolución del turismo se crearon diferentes tipos de turismo como forma de facilitar los estudios de mercado. El Turismo Espectral en la historia es realmente nuevo; se desprende del Turismo Oscuro o Tanatoturismo como subclasificación y su práctica puede atender varias necesidades turísticas como: la religión, reposo y descanso, culturales y de recreación, y las motivaciones que se pueden presentar son: “miedo a los fantasmas”, “añoranza de antaño”, “nutrición de maldad”, “conciliación”, “cotejar a la muerte” y “promoción postmodernista”. (Aguilar, 2018). Del mismo, como indicó Korstanje (2015), se necesitan más investigaciones sobre este tipo de turismo pues se conoce muy poco, y apenas está empezando a manifestar como debería, contribuyendo a la ignorancia y a un déficit de elaboración de productos turísticos asociados a los fenómenos espectrales.

5.10. Percepción comunitaria

En cuanto a la percepción de las comunidades locales en torno al turismo oscuro es fundamental hacer una revisión documental acerca de este aspecto. López y García (2017), en su investigación afirman que el turismo oscuro es un turismo poco conocido debido a que las comunidades locales no comprenden el significado de esta nueva actividad turística. Por lo tanto, estos autores proponen la creación de un nuevo producto, con el fin de desviarse del turismo de sol y playa.

Por otro lado, Reyes (2019), demuestra cómo el turismo oscuro se relaciona de manera fundamental con la percepción social que tienen los habitantes locales de la provincia de Oxapampa, en la región Pasco, Perú. Esta relación también se manifiesta de forma significativa con otros aspectos relevantes de la sociedad, como el ámbito cultural, donde las tradiciones locales se ven afectadas, ya sea de manera directa o indirecta. Además, el impacto

económico es evidente, ya que se crean numerosos empleos, lo que se traduce en ingresos significativos para la comunidad de Oxapampa.

Friedrich y Johnston (2013), señalan que algunos eventos traumáticos son recordados por la comunidad como una forma de enfrentar la muerte. Los sobrevivientes, en parte, sienten que han sido olvidados por el resto del mundo (como en el caso del genocidio de Ruanda) y consideran necesario mantener viva la memoria para evitar que vuelva a ocurrir. En estos lugares, se genera una tensión cuando se introduce el turismo como actividad, ya que algunos sobrevivientes ven inapropiado comercializar el sufrimiento de la comunidad, mientras que otros optan por aprovechar económicamente la tragedia.

Por último, Acosta, et al. (2020), determinaron que un aspecto central en el desarrollo de un proyecto turístico es generar una reflexión motivadora compartida por la sociedad, que involucre tanto a los pobladores locales como a los turistas. Ya que, esto permitirá tomar conciencia de manera respetuosa de los eventos que han dejado una huella negativa en el destino, reduciendo la posibilidad de que se repitan, tanto en ese lugar como en otros. De esta manera, se busca también incentivar el desarrollo del turismo oscuro, impulsando el avance socioeconómico de las comunidades locales vinculadas al destino, lo que se reflejaría en la creación de empleos, mayores ingresos y una mejora en la calidad de vida de los habitantes.

En síntesis, el turismo oscuro es una práctica emergente, poco conocida y entendida por las comunidades locales, pero que tiene un gran potencial para la obtención de beneficios socioeconómicos, siempre y cuando se lleve a cabo una buena gestión de su desarrollo. Tal y como afirman los estudios revisados, la percepción de la población local es un aspecto relevante para el desarrollo de esta práctica turística, ya que puede actuar como un factor propicio o contraproducente para la cultura de la población y el desarrollo socioeconómico al mismo tiempo.

6. Marco referencial

Según Holmes e Inglis (2004), en el ámbito del turismo oscuro, las leyendas de fantasmas se han convertido en componentes importantes de ciertos productos turísticos, en virtud de la curiosidad del hombre sobre lo fantástico o lo extraño. En Escocia, por ejemplo, la utilización de sitios “encantados” como focos de atracción turística se ha vuelto una práctica muy común y rentable en ingresos económicos. Entre los primeros viajes de interés

turístico, por conocer sitios relacionados con fantasmas y hechos sobrenaturales, se encuentran los tours a Escocia promocionados por la compañía inglesa fundada por Thomas Cook hacia finales de siglo XIX (Holmes e Inglis, 2004).

En Rumania existen visitas al castillo de Bran, el cual perteneció al conde Vlad Țepeș conocido como “El Empalador”, debido a que aplicaba torturas y asesinatos a quienes consideraba sus enemigos, uno de los más sanguinarios y crueles gobernantes del siglo XV. El escritor irlandés Bram Stoker se inspiró en este personaje para crear su novela Drácula, publicada en 1897, que hace referencia a un ser que se alimentaba de sangre humana y del cual nace el mito de los vampiros. Donde los visitantes afirman sentir “extrañas sensaciones” al realizar esta visita al castillo. (Quispe, 2021).

Las apariciones de espectros y fantasmas se han convertido en una parte fundamental para atraer a turistas a Inglaterra, Escocia o el País de Gales donde existen diversos sitios “embrujados”, como, por ejemplo; La Torre de Londres y los castillos de Tintagel (Cornwall), de Warwick, el castillo de Chillingham (Northumberland), el castillo de Old Wardour (Wiltshire) y de Berry Pomeroy (Devon), que son objeto de la visita turística de cientos de visitantes cada año, que buscan entretenerse con las espeluznantes historias, leyendas escalofriantes y hechos del oscuro pasado de estos atractivos turísticos.” También se ofrecen rutas denominadas “la ruta de Jack el Destripador” y “la ruta de Sherlock Holmes” (Tres castillos embrujados de Inglaterra, 2000).

En España, existen cientos de lugares donde las leyendas populares mencionan las apariciones de fantasmas, entre ellos están; los castillos del Buen Amor (cerca de Madrid), de Bellver (Palma de Mallorca) y de Trasmoz (Zaragoza) (Enigmas: Fantasmas de Italia, 2000). Asimismo, en Italia, los castillos de Castelluccia (Roma), el Castillo Della Rota (Piamonte), el Castillo de Cavernago (Bérgamo), el Castillo de Bolsena (Viterbo) y la abadía de Susinana (Ravenna), son buenos ejemplos de edificaciones identificadas como sitios donde moran fantasmas y espectros de personajes históricos (Enigmas: Fantasmas de Italia, 2000).

Del mismo modo, en Estados Unidos, las leyendas populares sobre la aparición de fantasmas también son comunes. Entre los casos más famosos se pueden citar al Hotel Stanley (Estes Park, Colorado), popularizado por el novelista Stephen King a través de su novela “El Resplandor” (Núñez, 2008). En Austin, Texas los empleados del hotel Driskill

aseguran a los huéspedes que su primer propietario, el señor Lincoln Driskill aún deambula por el hotel a pesar de haber muerto en el año 1900 (González-Jacques, 2008).

Valdez (2010), afirmó que, no son extraños los relatos sobre apariciones de personajes y la ocurrencia de hechos sobrenaturales en antiguos palacios, conventos, monasterios y templos, así como en viejas casonas de centros históricos, pueblos fantasma, mansiones, incluso, en minas para la explotación de oro, plata, estaño o cobre que aún subsisten o que permanecen abandonadas en países como México, Perú, Colombia, Venezuela, Ecuador, Bolivia, Chile y Argentina. Así mismo, en los actuales países que formaron parte de las rutas marítimas del antiguo imperio español, las leyendas sobre piratas, tesoros hundidos y barcos fantasma abundan en el imaginario popular de Cuba, República Dominicana, Haití, Puerto Rico, Jamaica y prácticamente todas las islas del Mar Caribe. (Valdez, 2010).

Según Ovalles (2017), el turismo de cementerio es un mercado que ligado a la tradición del imaginario popular sigue en apogeo. En Colombia, visitar los “espantos” del antiguo orfanato de Versalles en Cali, o visitar las ruinas de Armero, desaparecido por la erupción del volcán Nevado del Ruiz el 13 de noviembre de 1985, son una muestra de turismo oscuro en el país. Sin embargo, se hace necesario ahondar más en investigaciones y estudios empíricos, que permitan un análisis de potenciales destinos en donde se pueda desarrollar actividades turísticas encaminadas a la tipología de turismo oscuro.

7. Marco histórico

Miguel Samper Agudelo, nacido en Guaduas, Cundinamarca en 1825, y casado con Teresa Brush Domínguez, nacida en Nueva York; fue una persona con ideología liberalista, de manera que influyó en aspectos comerciales, industriales y laborales en el país. Este pensamiento paso de generación en generación, y así sus hijos y nietos continuaron con las ideas progresistas para el crecimiento económico de Colombia. (Santamaría, 1983). En 1906 la Sociedad de Miguel Samper & Compañía decidieron comprar la Hacienda La Siberia ubicada en el valle del Río Teusacá, en el municipio de La Calera, Cundinamarca, por 10.000 libras esterlinas, para construir allí un emporio cementero. (Carrillo, 2015).

La fábrica de cemento Samper paró su construcción en 1929, una época de tensión económica en todo el mundo, ocurrida por La Gran Depresión. En Colombia, el sistema económico se fue paralizando y no quedaba forma alguna de obtener créditos, de forma que los

comerciantes no lograban obtener préstamos aceptables ya que, no había dinero en circulación. Se habían cerrado los créditos que normalmente se obtenían de los Estados Unidos, y después de la guerra, los bancos europeos no estaban en capacidad para realizar préstamos económicos de auxilio. De esta manera, la crisis también afectó a la familia Samper y a su empresa, dejándolos abiertos a la posibilidad de asociarse con otros empresarios para terminar la construcción de la fábrica. (Santamaría, 1983). Posterior a esto, vino un proceso de recuperación de la economía y se comenzó a extender en todos los países, en ese momento, en Colombia se encontraba una compañía alemana, a cargo de la construcción del ferrocarril en el tramo de Puerto Salgar. Desde la junta directiva de la fábrica se logró que esta compañía diera su apoyo económico, y de esta manera, se pudiera continuar las obras que habían sido detenidas. (Santamaría, 1983).

La caliza, elemento que usaban para la elaboración del cemento, se sacaba de lo que es hoy en día el Parque Nacional Natural Chingaza, de una mina de caliza llamada Palacio. (Calderón, 2020). Todo el material que se extraía de la mina se debía transportar en mula hasta la planta de procesos de la carrera 17 con calle 15, en Bogotá. En 1927, los Samper inauguraron un cable aéreo para trasladar la piedra caliza hasta la planta Contador, un punto intermedio entre La Siberia y la ciudad. Gracias a este proyecto, liderado por Antonio Morales Bárcenas, se simplificó el tránsito. (Carrillo, 2015). En 1933 la nómina de la empresa creció y sus directivos decidieron urbanizar los alrededores y construir, con el mismo cemento que fabricaban, casas, una escuela, un hospital, un comedor para los empleados, casinos, tiendas de víveres y hasta una iglesia. Estas casas las habitaron las familias de los 1.400 trabajadores, quienes en principio no pagaban arriendo, ni servicios públicos. Como cualquier grupo social, los vecinos organizaban reuniones y fiestas que involucraban a toda la comunidad (Carrillo, 2015).

En los años cincuenta. La ciudadela La Siberia parecía una maqueta a escala y la fábrica de cemento atravesaba por su mejor momento, lo que generó el desarrollo de dos proyectos de ensanche del lugar, que culminaron exitosamente en 1967. (Carrillo, 2015). La empresa Samper tuvo que enfrentarse con cuanto competidor iba apareciendo: Argos en 1934, Cementos del Valle en 1938, Cementos del Caribe en 1944, Cementos el Cairo en 1946, y Cementos de Caldas en 1955. Pero la producción de La Siberia, (más de 1.000 toneladas diarias de cemento) superaba la de sus rivales. (Calderón, 2020).

Sin embargo, la fábrica entro en crisis financiera en 1982 y los despidos se dispararon, según voceros del sindicato de la empresa “Sintrainsamper”, las políticas laborales estaban perjudicando cada vez más a los obreros, lo cual motivo huelgas de hasta seis meses. A esto se le sumó la reacción de la naturaleza, ya que la piedra caliza se agotó de la mina Palacio. (Carrillo, 2015). En 1996, los vecinos de la ciudadela presenciaron el derrumbe de la primera casa, a partir de ese día, cada semana hubo una familia menos en La Siberia. La fábrica por su parte ya solo contaba con una docena de operarios activos. El final de la comunidad siberiana que desde años antes parecía inevitable, llegó en 1998, un año después de que la empresa mexicana Cemex comprara Cemento Samper. (Carrillo, 2015).

En la actualidad, 25 años después, solo quedan ruinas infestadas de maleza y ha sido el sitio perfecto para fomentar historias de fantasmas y actividades paranormales que han atraído a curiosos por años, como por ejemplo “el Freak Show” un grupo de jóvenes bogotanos que realizan visitas a medianoche en búsqueda de contactos paranormales. (Carrillo, 2015). Del mismo modo, los vigilantes que cuidan las desoladas instalaciones de la abandonada cementera, escuchan susurros y ven siluetas humanas en la penumbra. Incluso aseguran que se trata de espectros que atraviesan el purgatorio y se lamentan por los pecados cometidos en vida. Uno de los vigilantes afirma, que han llegado curas a realizar exorcismos, al parecer sin éxito. Otra de las historias que se cuentan es que, en el hospital abandonado de La Siberia, se observa el fantasma de una enfermera, incluso la han observado en sus alrededores. (Monroy, 2017).

8. Metodología aplicada

8.1. Tipo de investigación

En el desarrollo de investigaciones turísticas que abordan tanto la percepción comunitaria como los posibles impactos económicos, el uso de una metodología mixta se hace fundamental. Como lo mencionan los autores Creswell y Plano Clark (2018), el enfoque mixto permite integrar datos cuantitativos y cualitativos, proporcionando una visión más completa y detallada del fenómeno investigado. En el caso de la presente investigación, que busca determinar el potencial de La Siberia, Cundinamarca como destino turístico paranormal, se hace necesario comprender los aspectos subjetivos (la percepción de la comunidad) y los aspectos objetivos (viabilidad económica del turismo paranormal).

8.2. Diseño de investigación

Dado que no existen investigaciones previas sobre el turismo paranormal en La Siberia, Cundinamarca, es apropiado realizar una investigación de tipo exploratorio. Considerando que el propósito es lograr una primera aproximación, este método permite la identificación de las características y dinámicas más básicas de dicho fenómeno. Conforme al autor Hernández Sampieri et al. (2014), el enfoque exploratorio es útil cuando se investiga un tema poco estudiado porque ayuda a generar hipótesis ya obtener un conocimiento preliminar del objeto de estudio. La presente investigación, busca explorar las percepciones de la comunidad local y los visitantes potenciales, así como los factores que podrían posicionar a La Siberia como un destino turístico paranormal. Asimismo, este enfoque ayuda a reconocer las fortalezas y debilidades del lugar, sin la obligación de llegar a resultados definitivos, sino abriendo posibilidades para investigaciones futuras.

En ese sentido, el tipo de investigación descriptivo es fundamental para caracterizar las variables del presente estudio, incluyendo el potencial impacto económico del turismo paranormal y la percepción de los habitantes locales hacia dicho turismo. De acuerdo con Dankhe (1986), la investigación descriptiva busca detallar de manera precisa las características de un fenómeno, lo cual es fundamental para esta investigación, que busca evaluar el potencial turístico de La Siberia, Cundinamarca, así como su viabilidad económica. Este tipo de investigación permite obtener información detallada sobre aspectos sociales, económicos y culturales que puedan influir en la viabilidad del turismo paranormal en el lugar. Además, el enfoque descriptivo también puede estructurar los datos de manera que sea más fácil comprender la historia y el contexto general de La Siberia, así como su atractivo turístico actual y futuro.

8.3. Instrumentos de medición

8.3.1. Encuesta

La encuesta, según Hernández Sampieri et al. (2014), es “un cuestionario aplicado de forma masiva” (p. 171). La información que mediante esta técnica se recopila es estandarizada, ya que a cada individuo se le aplican las mismas preguntas, pues su intencionalidad es “obtener un perfil compuesto de la población” (Behar, 2008, p. 62). Teniendo en cuenta lo anterior, este instrumento es fundamental para el presente proyecto, ya que, con esta se puede evaluar la viabilidad económica del turismo paranormal en La Siberia,

Cundinamarca. Las encuestas diseñadas para esta investigación constan de 10 preguntas cerradas con opciones múltiples, lo cual facilita la cuantificación de datos.

8.3.2. Entrevista

Según Behar, (2008), “la entrevista es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una indagación” (p. 55), ya que, mediante esta, el entrevistador formula una serie de preguntas, con el fin de que los entrevistados proporcionan datos de interés al entrevistador. Por lo tanto, este instrumento es esencial para la presente investigación puesto que, con ella, se puede obtener información detallada sobre las experiencias, opiniones y percepciones de los participantes, lo que es fundamental para comprender cómo se percibe el desarrollo del turismo paranormal en La Siberia y que impactos podría ocasionar. Las entrevistas para este estudio constan de 10 preguntas abiertas organizadas en un formato semiestructurado que combina preguntas guiadas, con la posibilidad de ahondar en las respuestas de los entrevistados. Igualmente, las preguntas abiertas posibilitan investigar de manera exhaustiva las percepciones, inquietudes y expectativas de los participantes, lo que es beneficioso para un análisis cualitativo detallado.

8.3.3. Recolección de historias

Para este proyecto en particular, se ha decidido utilizar la recopilación de relatos paranormales y testimonios históricos de La Siberia como una herramienta importante para identificar el atractivo de este lugar, desde una perspectiva turística, histórica y cultural. Este enfoque es importante porque las historias sobrenaturales desempeñan un papel clave en la configuración de la identidad y el valor turístico de los lugares asociados con lo oscuro o lo sobrenatural. Según Timothy y Boyd (2006), las historias relacionadas con fenómenos sobrenaturales forman parte del patrimonio cultural y también del patrimonio inmaterial. Por lo que es un gran recurso para destinos turísticos que atraen visitantes interesados en el misterio y lo paranormal.

Esta recolección de historias sobrenaturales e históricas permiten captar la esencia del folclore local, lo que puede ser un factor diferenciador a la hora de crear un producto turístico único. Como señala Cohen (2002), las historias, leyendas y mitos locales no solo ayudan a los turistas a conectarse con el lugar, sino que también fortalecen la autenticidad del destino, lo que es importante en el caso del turismo oscuro o paranormal. Estas historias despiertan

curiosidad y expectativa entre los visitantes y su transmisión oral, puede contribuir a que el destino que puede ser explotado turísticamente.

8.3.4. Observación de campo

La observación de campo es fundamental para evaluar el atractivo del lugar, el interés y la percepción de los turistas y la comunidad local, y las narrativas paranormales e históricas de La Siberia, Cundinamarca. En ese sentido, Gold (1997), afirma que la observación de campo es útil cuando se busca comprender la experiencia de los visitantes, en lugares simbólicos, como los sitios de turismo oscuro. Observar cómo las personas interactúan con el lugar y sus historias puede proporcionar información valiosa sobre las expectativas, emociones y percepciones que surgen al visitar un lugar paranormal.

Del mismo modo, la observación de campo permite identificar aspectos importantes relacionados con la infraestructura, el acceso y la seguridad del lugar, que son factores importantes para el desarrollo de cualquier producto turístico. Como señala Spradley (1980), la observación de campo brinda la oportunidad de captar la realidad, desde el interior, lo cual permite a los investigadores no sólo observar sino también participar en la vida cotidiana del lugar, entendiendo cómo los actores locales perciben el espacio y desarrollan actividades turísticas.

8.4. Población y muestra

La población objeto de estudio está compuesta por turistas potenciales interesados en experiencias paranormales y por habitantes de La Calera, Cundinamarca. Esta decisión se fundamenta en la necesidad de analizar dos perspectivas importantes para el desarrollo del turismo paranormal en La Siberia. Por un lado, el interés y la disponibilidad económica de los turistas interesados en este tipo de experiencias y, por otro lado, las expectativas y preocupaciones de los habitantes locales de La Calera, sobre quienes recaerían directamente los impactos de la llegada de visitantes y la transformación de La Siberia en una atracción turística.

Teniendo en cuenta lo anterior, se optó por una técnica de muestreo intencional para la recolección de los datos a través de 10 entrevistas y 10 encuestas, dirigidas a turistas y a residentes del municipio de La Calera. Esta técnica de muestreo responde a la necesidad de seleccionar deliberadamente a participantes que posean características específicas relacionadas con el objeto de estudio, en este caso, por su interés en el turismo paranormal,

así como su residencia y vinculación con la comunidad de La Calera. Esta técnica se seleccionó debido que no se dispone de cifras exactas sobre la llegada de turistas a La Calera, ni mucho menos a La Siberia. Por lo tanto, el muestreo intencional permite focalizar la investigación en participantes clave que pueden ofrecer información relevante y significativa al objeto de estudio de este proyecto.

8.5. Limitaciones

Durante la ejecución de la presente investigación, surgieron diversas limitaciones que influyeron en la recolección y el análisis de los datos. Un obstáculo importante fue la ausencia de información precisa sobre el número de turistas que visitan La Calera, lo que dificultó el análisis de la demanda turística en la zona. Se consultó en bases de datos como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), informes y estadísticas de turismo de MINCIT, el Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca (IDECUT) y la Alcaldía Municipal de La Calera, sin encontrar resultados al respecto. Por lo tanto, la ausencia de cifras claras dificultó el diseño del muestreo, ya que no se pudo determinar con precisión el tamaño y el perfil de los turistas. Como resultado, se optó por un muestreo intencional, lo cual, aunque adecuado para el objetivo de este proyecto, puede limitar la capacidad de generalización de los resultados.

Durante la aplicación de los instrumentos, se observó que algunas personas, tanto turistas como residentes locales, se mostraron reacios a participar. Dicho comportamiento pudo estar relacionado con desconfianza o con la falta de interés en el tema del turismo paranormal. Sin embargo, también hubo personas interesadas y colaborativas que participaron activamente en las entrevistas y encuestas. Estos participantes mostraron gran interés en el desarrollo del turismo paranormal y en ayudar al éxito de esta investigación, lo que fue un factor clave para obtener datos relevantes.

Otra limitación significativa fue la imposibilidad de obtener información de la persona encargada del área de turismo de la Alcaldía de La Calera, quien no tuvo disponibilidad para conceder una entrevista. Esta situación dificultó el acceso a información de la institucionalidad sobre su perspectiva frente al turismo paranormal en La Siberia, Cundinamarca.

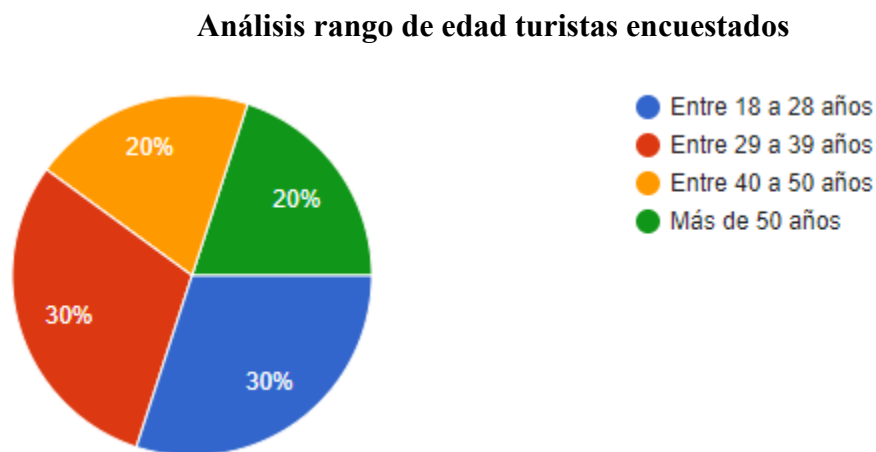
9. Resultados

En este apartado de resultados, se presentará el análisis de los datos obtenidos a partir de los instrumentos principales de recolección de información, mencionados anteriormente en la metodología.

9.1. Interés y disposición económica de los turistas potenciales hacia el turismo paranormal en La Siberia, Cundinamarca.

En este apartado se analizarán los resultados obtenidos a partir de la encuesta aplicada para medir el potencial económico del desarrollo del turismo paranormal en La Siberia, considerando la visión, percepciones y expectativas de los turistas potenciales. Se llevaron a cabo 10 encuestas con respuestas múltiples a turistas que se encontraban en La Calera, seleccionados a través de un muestreo intencional. Este análisis cuantitativo va a permitir valorar la disposición de los turistas en relación con experiencias, precios y frecuencia de visita, lo cual proporcionará información clave para estimar el impacto económico de esta actividad en La Siberia.

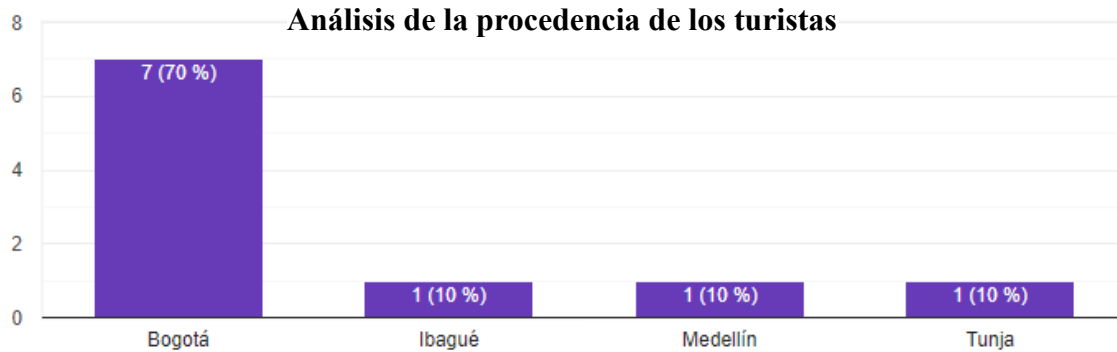
Figura 4: Análisis rango de edad turistas encuestados



Como se puede observar en la figura 4, de los 10 turistas que se encuestaron en La Calera, 3 de ellos indicaron que pertenecen al rango de edad de 18 a 28 años, del mismo modo, 3 turistas indicaron que pertenecen al rango de edad de 29 a 39 años, seguido de 2 turistas pertenecientes al rango de 40 a 50 años. Y, por último, 2 turistas con un rango de edad de más de 50 años. Esto significa que los rangos de edad entre 18 a 28 años y entre 29 a 39 años tienen una participación igualitaria del 30% cada uno, lo que indica que la mayor parte de los encuestados son jóvenes y adultos jóvenes con un 60% en total. Por otro lado, los

grupos de edad entre 40 a 50 años y más de 50 años suman el 40%, con un 20% cada uno, lo que señala una menor participación de turistas de edades mayores.

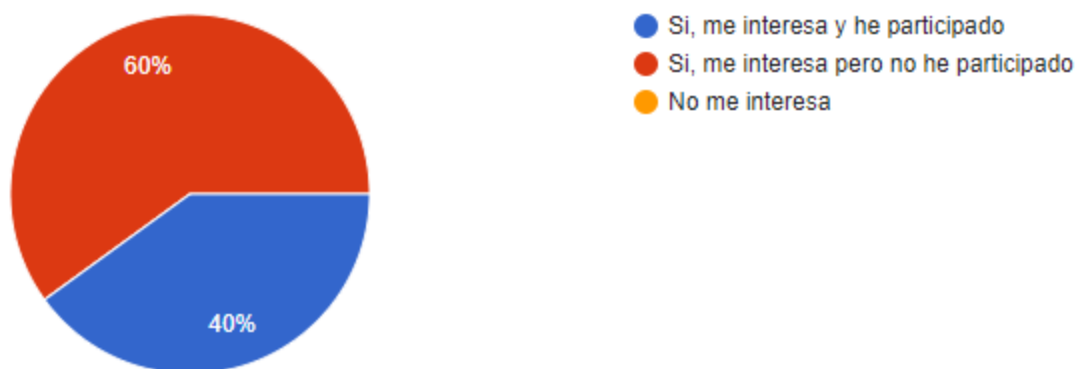
Figura 5: Análisis de la procedencia de los turistas



En la figura 5 se puede observar la procedencia de los turistas encuestados en La Calera. Esta información es importante ya que, permite identificar de dónde provienen los turistas que visitan La Calera y analizar patrones de atracción hacia el destino. Es significativo saber si los turistas son locales, nacionales o internacionales. En cuanto a los resultados, el 70% de los turistas que corresponde a 7 de ellos son provenientes de Bogotá. Mientras que las demás ciudades (Ibagué, Medellín y Tunja) tienen cada una el 10% de las respuestas, representando 1 encuestado por cada ciudad.

Figura 6: Análisis del interés en actividades paranormales por parte de los turistas

Análisis del interés o participación en actividades paranormales por parte de los turistas

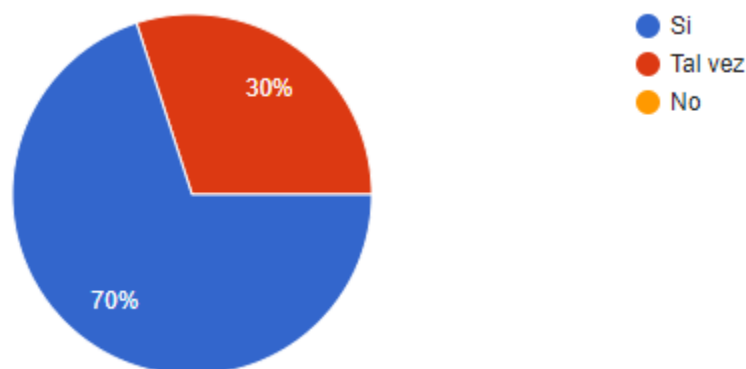


Aquí se busca identificar si a los turistas encuestados les interesa o han participado de actividades relacionadas con el turismo paranormal. Los resultados muestran que, el 60% que corresponde a 6 turistas encuestados, señalan que sí les interesa, pero no han participado en este tipo de actividades. El 40% de los encuestados que corresponde a 4 turistas, indican

que sí les interesa y han participado en actividades de turismo paranormal. No hay respuestas para la opción "No me interesa", lo que significa que todos los encuestados muestran algún grado de interés en el turismo paranormal.

Figura 7: Análisis de la disposición de visita a La Siberia, por parte de los turistas

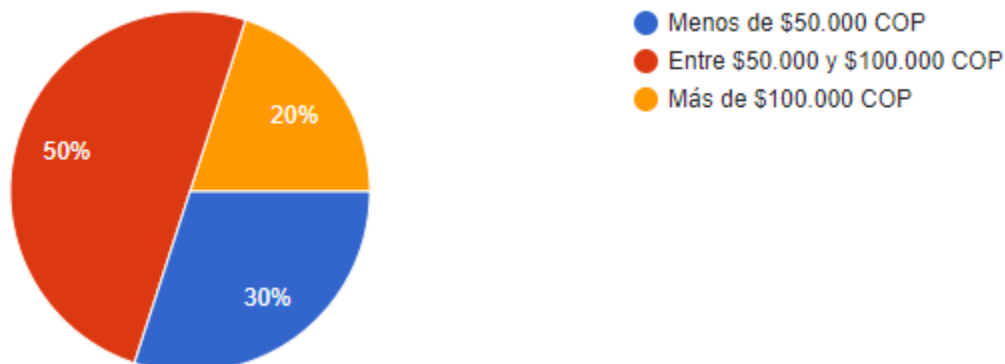
Análisis de la disposición en visitar La Siberia, Cundinamarca, si se promocionara como un destino de turismo paranormal



En la figura 7 se busca determinar el interés y la disposición de los turistas encuestados en visitar La Siberia, si se llegara a promocionar como un destino turístico paranormal. El 70% de los encuestados es decir 7 turistas respondieron afirmativamente, indicando que estarían dispuestos a visitar La Siberia, si se promocionara como un destino de turismo paranormal. Mientras que el 30% (3 turistas) contestaron "Tal vez". Por último, ningún turista encuestado respondió negativamente a esta pregunta.

Figura 8: Análisis de la disposición económica de los turistas en actividades paranormales

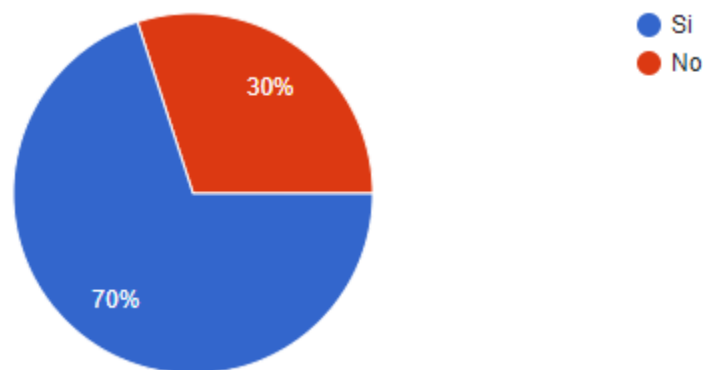
Análisis sobre cuánto estarían dispuestos a gastar los turistas en actividades que incluyan experiencias paranormales



Aquí se pretende identificar el presupuesto que los turistas interesados en experiencias paranormales estarían dispuestos a invertir en La Siberia, Cundinamarca. Los resultados arrojaron que, 5 de los 10 turistas encuestados están dispuestos a gastar entre \$50.000 y \$100.000 COP en actividades turísticas paranormales en La Siberia. Por otro lado, 3 turistas estarían dispuestos a gastar menos de \$50.000 COP. Y, por último, 2 turistas están dispuestos a gastar más de \$100.000 COP en actividades paranormales.

Figura 9: Análisis sobre la preocupación de seguridad al visitar un destino enfocado en el turismo paranormal

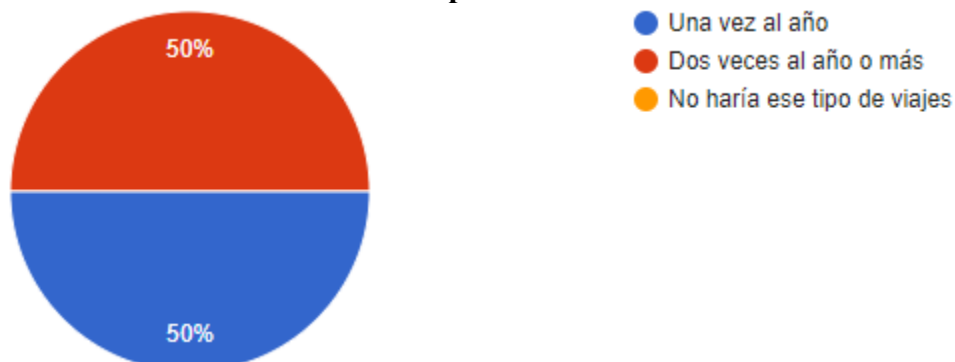
Análisis sobre la preocupación de seguridad al visitar un destino enfocado en el turismo paranormal



En la figura 9 se pretende saber si los turistas encuestados tienen preocupaciones en cuanto a la seguridad a la hora de visitar un destino turístico paranormal. El 70 % de los encuestados (7 turistas) respondieron que si les preocupa la seguridad al visitar un destino enfocado en el turismo paranormal. Mientras que, el 30% (3 turistas) no les preocupa la seguridad en este contexto.

Figura 10: Análisis de la disposición de los turistas para realizar viajes con el fin de participar en experiencias paranormales

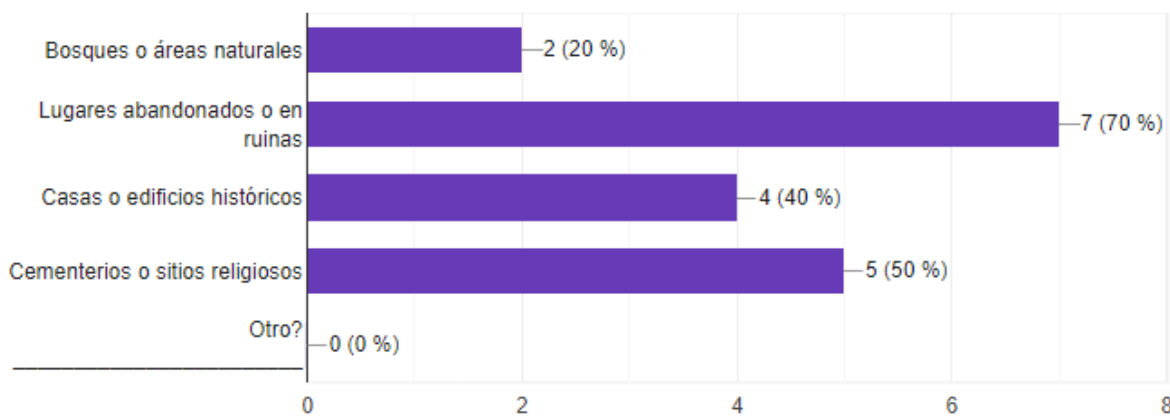
Análisis de la disposición a realizar viajes con el fin de participar en experiencias de turismo paranormal



Aquí se busca conocer la frecuencia con que los turistas encuestados realizarían viajes enfocados en actividades paranormales, ya que al identificar la disposición de los turistas para realizar uno o múltiples viajes al año, se obtiene una visión más amplia sobre la posible demanda turística y la magnitud del interés en experiencias paranormales. En cuanto a los resultados, el 50 % de los encuestados (5 turistas) están dispuestos a realizar este tipo de viajes una vez al año, mientras que el otro 50% de los encuestados (5 turistas), estarían dispuestos a realizar dichos viajes con una frecuencia de dos veces al año o más. Ningún encuestado seleccionó la opción de no hacer ese tipo de viajes.

Figura 11: Análisis del tipo de entorno o paisaje que resultaría más atractivo para los turistas en un destino de turismo paranormal.

Análisis del tipo de entorno o paisaje que resultaría más atractivo para los turistas en un destino de turismo paranormal.



En la figura 11 se pretende identificar las preferencias específicas de los entornos que los turistas consideran más atractivos para experiencias paranormales. 7 turistas encuestados que representan el 70% optaron por “Lugares abandonados o en ruinas”, este es el entorno más popular, lo que indica un gran interés por la atmósfera de misterio que envuelven estos lugares. La segunda opción más votada fue “Cementerios o sitios religiosos”, con el 50% de los encuestados. El 40% de los encuestados eligió “Casas o edificios históricos”, interesados en estructuras con historia y por su potencial para albergar "fantasmas". Por último, un porcentaje menor de encuestados (20%), optaron por “Bosques o áreas naturales”, aunque no es tan popular, existe un mínimo interés en los entornos naturales para vivir experiencias paranormales. Por otro lado, no se sugirieron otras opciones, lo que indica que las categorías proporcionadas cubrieron las preferencias de los encuestados.

Figura 12: Análisis sobre la influencia de la promoción en redes sociales o sitios web en la decisión de visitar un destino paranormal como La Siberia.

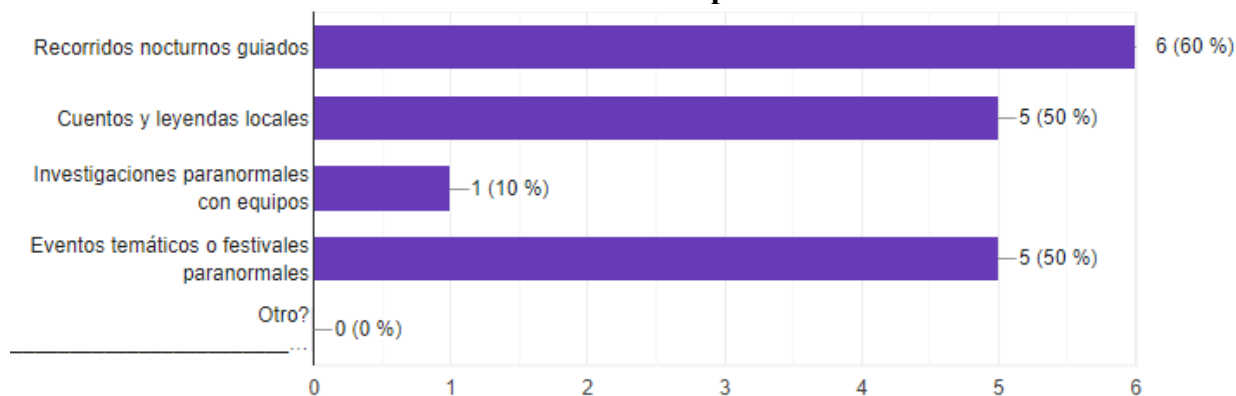
Análisis sobre la influencia de la promoción en redes sociales o sitios web en la decisión de visitar un destino paranormal como La Siberia.



Aquí se busca evaluar el impacto que tienen las redes sociales o sitios web en la promoción de sitios paranormales como La Siberia, que se refleja en la toma de decisión de visita de los turistas a estos lugares. El 100% de los encuestados que corresponde a 10 turistas, consideran “Muy influyente” la promoción en redes sociales o sitios web, para tomar la decisión de visitar un destino paranormal como La Siberia.

Figura 13: Análisis de las actividades más atractivas que los turistas buscarían en La Siberia como destino de turismo paranormal.

Análisis de las actividades más atractivas que los turistas buscarían en La Siberia como destino de turismo paranormal.

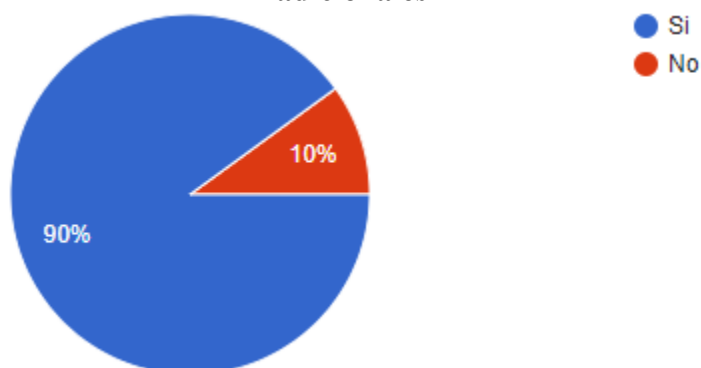


En la figura 13 se busca identificar las preferencias específicas de los turistas potenciales en cuanto a las actividades que esperan encontrar en un destino turístico paranormal como La Siberia. Los resultados indicaron, que el 60% de los encuestados

prefiere como actividad “Recorridos nocturnos guiados”, Seguido de las opciones “Cuentos y leyendas locales” y “Evento temáticos o festivales paranormales”, con el 50% cada una respectivamente. Por último, solo un encuestado que corresponde al 10% opto por la opción “Investigaciones paranormales con equipos”. Los resultados reflejan una evidente inclinación hacia actividades inmersivas y narrativas en el turismo paranormal de La Siberia.

Figura 14: Análisis sobre la importancia de que un destino turístico cuente con servicios adicionales

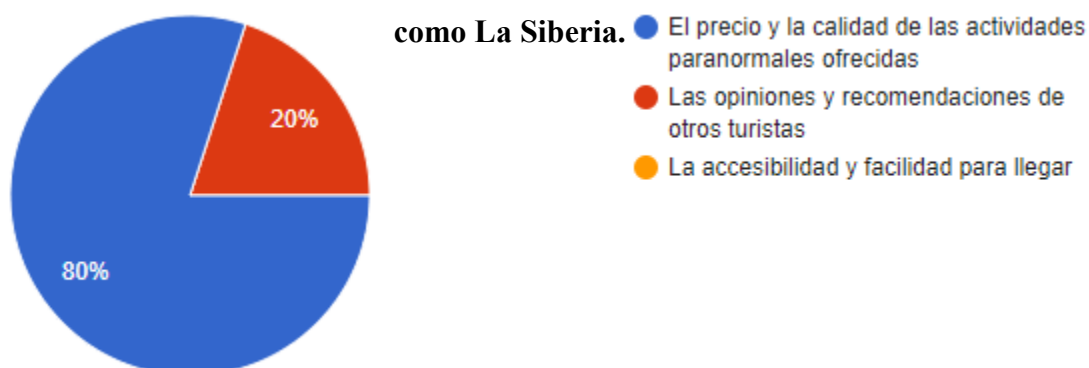
Análisis sobre la importancia de que un destino turístico cuente con servicios adicionales



Aquí se pretende identificar información clave sobre las expectativas y necesidades que tienen los turistas, en cuanto a los servicios que se ofrecen en un destino. El 90% de los encuestados que corresponde a 9 turistas consideran que sí es importante que el destino que visita cuente con servicios adicionales. Mientras que 1 encuestado que representa el 10%, no considera relevantes estos servicios complementarios en los destinos que visita. Los resultados indican que para la gran mayoría de los turistas encuestados (90%), es fundamental que el destino que visiten ofrezca servicios adicionales como restaurantes, transporte... etc.

Figura 15: Análisis de los factores más influyentes en la elección de visitar un destino paranormal como La Siberia.

Análisis de los factores más influyentes en la elección de visitar un destino paranormal como La Siberia.



En la figura 15 se busca identificar los factores que influirían en la elección de los turistas encuestados de visitar un destino paranormal como La Siberia, Cundinamarca. Los resultados reflejan que el factor más influyente es “El precio y la calidad de las actividades paranormales ofrecidas” con el 80% correspondiente a 8 turistas encuestados. Seguido de “Las opiniones y recomendaciones de otros turistas” escogida por el 20% de los encuestados. Finalmente, la opción de “La accesibilidad y facilidad para llegar al lugar” no fue seleccionada por ninguno de los encuestados.

9.2. Percepciones y expectativas de los residentes sobre el impacto del turismo paranormal en la comunidad local.

En este apartado se analizarán los resultados obtenidos a través de la entrevista semiestructurada diseñada para evaluar la parte cualitativa del presente proyecto de investigación. El objetivo principal de estas encuestas fue obtener información detallada sobre las opiniones y percepciones de los participantes. A través del enfoque cualitativo, se pretende profundizar en la comprensión de cómo se percibe el turismo paranormal, un fenómeno turístico emergente, y examinar los posibles impactos que se podrían generar desde la perspectiva de la comunidad local. Este instrumento fue aplicado a 10 habitantes de la comunidad local de La Calera, seleccionados mediante un muestreo intencional. Para más información ver acápite Tabla 1.

9.3. Relatos paranormales y testimonios históricos de La Siberia, para establecer su potencial atractivo en el desarrollo de actividades turísticas.

En este apartado se presentan los resultados obtenidos a partir de la recopilación de cinco relatos paranormales y cinco testimonios históricos de antiguos trabajadores y ex habitantes de La Siberia, estableciendo estas narrativas como un recurso atractivo para el desarrollo de actividades turísticas en el lugar. Las historias paranormales resaltan por su habilidad para despertar curiosidad y misterio, mientras que los testimonios históricos generan un vínculo con el pasado de La Siberia, rescatando tradiciones y vivencias que enriquecen la narrativa histórica del lugar. Por lo tanto, esta combinación podría fortalecer la oferta turística y atraer a un público más amplio interesado tanto en el misterio como en la historia del lugar. Para más información ver acápite Tabla 2.

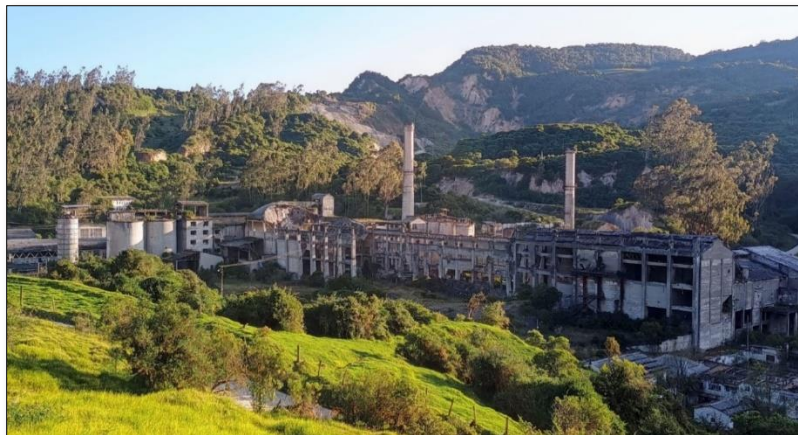
9.4. Lugares representativos de La Siberia, Cundinamarca

En este apartado se muestran cinco lugares representativos de La Siberia, identificados a través de la observación de campo, la recolección de información de cada sitio y la documentación visual mediante imágenes tanto propias como de otros autores. Cada uno de estos lugares se destaca por su valor histórico y por los relatos paranormales actuales que acoge cada uno de estos, lo que contribuiría a su potencial como atractivos turísticos.

9.4.1. Cementera Samper

La fábrica de cemento Samper fue la edificación principal del pueblo de La Siberia, alrededor de la cual giraba la vida de los residentes, ya que representaba el sustento económico de las familias locales. La construcción estuvo a cargo de ingenieros civiles alemanes y fue fundamental para el desarrollo de edificios y viviendas en Bogotá, ya que el cemento utilizado en esas obras provenía de la cementera Samper. Hoy en día, aunque es propiedad de la empresa Cemex y tiene vigilancia privada las 24 horas, la fábrica se encuentra en ruinas y en peligro de colapso por su abandono. Algunos vigilantes afirman haber visto sombras que se ocultan tras las paredes. Se dice que estas apariciones podrían ser los espíritus de los trabajadores que murieron trágicamente en accidentes dentro de la fábrica.

Figura 16: Cementera Samper



Fuente: Elaboración propia

9.4.2. Hospital

El hospital de La Siberia fue construido para atender las emergencias médicas de los trabajadores y las familias que residían en el pueblo. Debido a la contaminación provocada por la cementera, el hospital se volvió esencial, ya que muchos de sus pacientes llegaban con enfermedades respiratorias. A lo largo de los años, ha circulado el rumor de que en este lugar

habitan las almas de los trabajadores que fallecieron en el pueblo. Se dice que estas almas vagan por el hospital, creyendo que aún están vivas y buscando medicamentos para la enfermedad que les causó la muerte.

Figura 17: Hospital de La Siberia (años 70)



Fuente: Claudia Clavijo

9.4.3. Iglesia

Una de las estructuras más importantes que se construyeron en la ciudadela de La Siberia fue una iglesia católica. Este templo era utilizado por los empleados y sus familias para reafirmar y consagrar su fe. En la actualidad, al igual que el resto de las edificaciones, se encuentra abandonada y en condiciones deplorables. Muchos de los mitos y leyendas paranormales asociados a este lugar giran en torno a esta iglesia, ya que, desde su abandono, varias personas la han utilizado como un espacio para realizar ritos y ceremonias paranormales.

Figura 18: Iglesia de La Siberia



Fuente: Gus Perdomo

9.4.4. Escuela

Una de las principales necesidades de la población de La Siberia era la educación de sus hijos, por lo que se construyó una escuela llamada Joaquín Samper Brush, que contaba con salones, pizarrones, pupitres y otras necesidades básicas para el estudio. Sin embargo, tras su abandono, las instalaciones han sido vandalizadas con grafitis por quienes entran al lugar. Se dice que por las noches se pueden escuchar cantos y voces de niños jugando en la escuela. Algunas personas afirman haber visto sombras y figuras infantiles dentro de este lugar.

Figura 19: Escuela Joaquín Samper Brush

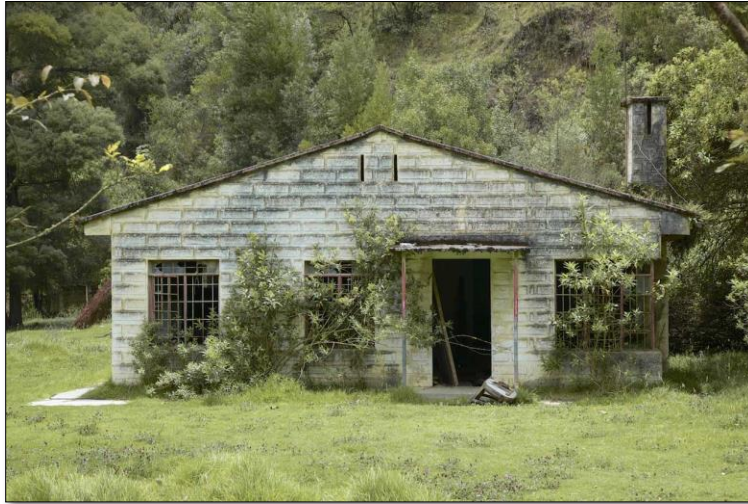


Fuente: Gus Perdomo

9.4.5. Casas

En el pueblo de La Siberia, todavía se pueden ver algunas casas que han soportado el paso del tiempo. Estas viviendas fueron el hogar de muchas familias que vivieron allí cuando la cementera Samper estaba en pleno funcionamiento. Las casas, con sus amplios espacios, contaban con grandes alcobas, y algunas incluso tenían dos pisos y chimeneas. Hoy en día, las casas que aún se mantienen en pie están en un estado de abandono y deterioro. Han sido vandalizadas con grafitis y, en algunos casos, utilizadas por personas sin escrúpulos para llevar a cabo rituales satánicos. Las historias que se cuentan allí siguen alimentando la creencia de que en estas casas habitan energías sobrenaturales, relacionadas tanto con su pasado como con las prácticas que ahora las profanan.

Figura 20: Casa en La Siberia



Fuente: Ángel Carrillo

10. Discusión

La presente investigación sobre el potencial de La Siberia, Cundinamarca como destino de turismo paranormal, se presenta en un contexto donde el turismo oscuro ha cobrado un creciente interés tanto a nivel académico como práctico. El concepto definido por Lennon y Foley (1996), como la visita a lugares asociados con tragedias o eventos macabros, ha evolucionado a una categorización más amplia que incluye experiencias relacionadas con eventos inexplicables, apariciones espectrales y fenómenos sobrenaturales, conocido como turismo paranormal. En ese sentido, La Siberia, con su historia de abandono y cuentos sobrenaturales, se alinea con esta tendencia. Los resultados de esta investigación muestran que los turistas encuestados están claramente interesados en participar en actividades relacionadas con el turismo paranormal, como recorridos nocturnos guiados. Por lo tanto, este interés por lo inexplicable respalda la teoría de Van Broeck y López (2017), quienes examinan cómo la atracción por la muerte y el misterio se integran en la dinámica turística, mostrando un mercado potencial para este tipo de actividades.

Otro aspecto fundamental es el impacto de las narrativas históricas y paranormales en la atracción turística. El estudio de Korossy et al. (2018), resalta la importancia de las historias de fantasmas y leyendas locales, para intensificar el atractivo de destinos turísticos paranormales. Del mismo modo, Valdez (2010), explora como el patrimonio intangible en forma de leyendas de fantasmas e historias locales, puede aumentar el atractivo turístico de sitios históricos. Los resultados de esta investigación coinciden con las afirmaciones de los

autores mencionados, ya que La Siberia cuenta con diversas historias y relatos tanto paranormales como históricos, contados por la comunidad local y por turistas que han tenido alguna experiencia en el lugar. De igual manera, en la encuesta realizada a los potenciales turistas se visualiza un interés especial en los relatos y leyendas locales del pueblo abandonado. Por ende, estas narrativas poseen en un alto potencial para la atracción de visitantes interesados tanto en fenómenos paranormales, como en la historia de La Siberia.

Por otra parte, se ha demostrado que el turismo oscuro puede ser una herramienta de revitalización económica y social para las comunidades locales, según el estudio de Rivas et al, (2020). En ese mismo sentido, Bohórquez (2021) respalda esta idea, señalando que el turismo oscuro puede favorecer a las comunidades locales y promover un desarrollo económico, social y ambientalmente sostenible, al tiempo que preserva la memoria histórica del lugar. Los resultados de este proyecto muestran una concordancia frente a estas afirmaciones, ya que la comunidad local de La Calera está abierta a la idea de transformar a La Siberia en un destino turístico paranormal, siempre y cuando se respetan sus tradiciones y se garanticen sus beneficios económicos.

Sin embargo, se deben tener en cuenta los impactos negativos del turismo. Según Van Broeck y López (2017), con frecuencia se dan conflictos dentro de una comunidad debido a que el turismo masivo tiende a mercantilizar tanto su historia como su cultura. En ese sentido, la llegada masiva de turistas atraídos por las leyendas e historias de La Siberia puede llevar a una comercialización excesiva de la cultural local, lo que podría traer efectos negativos como la pérdida de la identidad y las tradiciones culturales de La Calera. Smith (2018), argumenta que dicha comercialización puede ocasionar un desplazamiento de las prácticas culturales tradicionales, ya que los residentes se ven forzados a adaptar sus costumbres para satisfacer las expectativas de los turistas. En los resultados de la investigación, algunos residentes expresaron preocupación sobre el riesgo de que el turismo paranormal desplace otras formas de turismo como el turismo cultural y natural, tipologías que pueden valorar mucho más las raíces y tradiciones de La Calera. Otro aspecto que despertó inquietud en la comunidad es la falta de seguridad y control en La Siberia, lo que ha permitido actos indebidos que afectan la integridad del lugar y su percepción como destino turístico seguro, por lo que esta situación podría generar conflictos entre la comunidad y los visitantes.

En consecuencia, es fundamental la gestión y regulación adecuadas para evitar estos conflictos y garantizar que el turismo no afecte negativamente la vida cotidiana de los residentes. Del mismo modo, es importante tener en cuenta que la percepción de la comunidad local es esencial para el éxito del turismo paranormal, ya que la aceptación comunitaria es un factor clave en la realización y sostenibilidad de las actividades turísticas en su territorio.

Conclusiones

La presente investigación logró cumplir con los objetivos propuestos, permitiendo establecer el interés y la disposición económica de los turistas, las percepciones y expectativas de la comunidad local frente al turismo paranormal y el potencial turístico de los relatos y narrativas paranormales e históricas de La Siberia.

En primer lugar, los turistas se muestran interesados en el turismo paranormal en La Siberia. Según los resultados de la encuesta, si este lugar se publicitara como un destino paranormal, el 70% de los turistas mostraría una clara intención de visitarlo. El hecho de que La Siberia tenga el potencial de convertirse en un destino atractivo dentro de este nicho de mercado, que sigue creciendo tanto a nivel nacional como internacional, se destaca con esta información. Los turistas encuestados resaltaron que estarían dispuestos a invertir entre \$50.000 y \$100.000 COP en actividades relacionadas con experiencias paranormales como recorridos nocturnos y eventos temáticos. Lo que demuestra no solo el interés, sino también la disposición económica de los turistas para participar en este tipo de actividades turísticas.

Es importante considerar que los turistas más interesados en estas prácticas se encuentran en el rango de edad de 18 a 39 años, lo que indica una oportunidad de mercado enfocada en adultos jóvenes que buscan experiencias alternativas y emocionantes. En esa misma línea, las redes sociales, sitios web y medios digitales juegan un papel fundamental en la toma de decisión de los turistas, ya que el 100% de los encuestados mencionó que la promoción en estos medios de comunicación influiría en su visita a un destino paranormal como La Siberia. Por lo tanto, se hace necesaria una estrategia de marketing que utilice los canales digitales para atraer al público objetivo.

Con respecto a la percepción y expectativas de la comunidad local, se identificaron tanto oportunidades como desafíos. Los habitantes de La Calera ven en el turismo paranormal

una oportunidad para impulsar la economía local, generando nuevas fuentes de ingresos a través de la llegada de visitantes atraídos por el misterio y los relatos que rodean a La Siberia. Sin embargo, también existen algunas preocupaciones. Los residentes manifestaron inquietudes sobre la seguridad, la posible congestión por la llegada masiva de turistas, y el impacto en la tranquilidad de la comunidad. Asimismo, existe preocupación con relación a la preservación de la identidad local y cultural, ya que un enfoque excesivo en el turismo paranormal podría desplazar otras formas de turismo que se orientan más a los aspectos culturales y naturales de este destino. Por lo tanto, es esencial que cualquier proyecto o actividad turística que se vaya a realizar en el lugar, tenga en cuenta dichas preocupaciones y se desarrollen estrategias que involucren a la comunidad, con el fin de hacerlos partícipes en la planificación y gestión del turismo.

Cabe mencionar que, en el año 2012 el municipio de La Calera compró el terreno donde se ubica el pueblo fantasma de La Siberia, con la intención de transformarlo en un atractivo turístico, llevando a cabo diversas obras de restauración, como la limpieza de las calles y la reparación de algunas edificaciones. Además, en el año 2019 el pueblo de La Siberia fue declarado Bien de Interés Cultural a nivel municipal, lo que le otorga una mayor protección legal y resalta su valor histórico y cultural, garantizando la conservación de su patrimonio. No obstante, en la observación in situ durante la realización de la investigación, se pudo observar un notable abandono de las estructuras que aún quedan en pie, muchas de ellas en estado crítico y algunas a punto de colapsar. La cementera, por ejemplo, es actualmente propiedad privada de Cemex, cuenta con vigilancia las 24 horas y su acceso está prohibido debido a su frágil estado estructural, ya que se encuentra en riesgo de derrumbe.

Esta situación representa serios riesgos tanto para los turistas, como para el patrimonio arquitectónico de La Siberia. Aunado a esto, se refleja una significativa ausencia de seguridad por parte de las autoridades municipales, ya que no hay presencia activa de la policía en este lugar, lo que ha derivado en la llegada de personas que realizan actos indebidos, afectando la integridad de la zona y el ambiente que se quiere proyectar como atractivo turístico.

Los relatos paranormales e históricos de La Siberia son un recurso valioso para el desarrollo de actividades turísticas. Este lugar cuenta con un acervo de historias que han sido transmitidas por habitantes de La Calera, visitantes, e incluso por medios de comunicación,

creando una atmosfera de misterio que atrae a los entusiastas del turismo paranormal. Los relatos sobre la presencia de figuras espectrales, como el fantasma de la enfermera que recorre las vías del pueblo o las siluetas que algunos vigilantes aseguran haber visto, han enriquecido el folclore local y han capturado la atención de quienes buscan experiencias únicas y escalofriantes.

En ese mismo sentido, es crucial resaltar la importancia de los testimonios de exempleados y ex habitantes de La Siberia en la creación de las narrativas turísticas. Estas personas no solo vivieron el auge y la actividad de este lugar antes de su abandono, sino que también pueden ofrecer un contexto histórico valioso sobre la relevancia que tuvo La Siberia tanto para la comunidad local como para la construcción de Bogotá. Dichos relatos permiten preservar la memoria de lo que fue un importante centro industrial que contribuyó al crecimiento de la ciudad, antes de transformarse en el actual pueblo fantasma. Incluir estos testimonios en las actividades turísticas no solo enriquecería la experiencia de los visitantes, sino que también contribuiría a la conservación de la historia, el patrimonio y la influencia que tuvo este lugar para la ciudad capital. Por tal razón, se pretendió combinar los relatos paranormales con los testimonios históricos, para crear una narrativa que ofrezca una visión más integral del lugar. De esta manera, los turistas no solo disfrutarán de las leyendas y fenómenos paranormales, sino que también comprenderán la importancia histórica de La Siberia. Garantizando así, que la memoria histórica del sitio se preserve adecuadamente, logrando un equilibrio entre lo misterioso y lo histórico, al mismo tiempo que se destaca el valor de este lugar abandonado en el imaginario colectivo de las personas.

Finalmente, es esencial que los visitantes comprendan que la percepción de fenómenos paranormales en La Siberia es subjetiva y varía según la sensibilidad de cada persona, ya que no todos tienen la misma capacidad para percibir o sentir presencias paranormales, lo que puede llevar a que algunos turistas no experimenten la sensación de miedo que esperan, y esto puede resultar en una falta de cumplimiento de sus expectativas, especialmente si llegan con la idea de vivir una experiencia intensa.

En síntesis, La Siberia, Cundinamarca posee un gran potencial para convertirse en un destino de turismo paranormal, siempre y cuando se manejen adecuadamente los intereses de los turistas y de la comunidad local de La Calera. La disponibilidad económica de los visitantes, combinada con una oferta turística adecuadamente organizada, tiene el potencial

de generar ganancias importantes y revitalizar el lugar. No obstante, es esencial hacer partícipe a la comunidad local en la promoción de este tipo de turismo, para asegurar que los beneficios económicos no impacten la identidad local ni el bienestar de los residentes de La Calera. El progreso de este lugar debe centrarse en brindar experiencias genuinas, que tengan como fundamento los relatos paranormales e históricos de La Siberia, pero con un enfoque en la sostenibilidad a largo plazo. Esto significa promover un turismo respetuoso con la comunidad que permita a los visitantes experimentar experiencias paranormales mientras ayudan al desarrollo socioeconómico de la región y preservan su riqueza cultural e histórica.

Recomendaciones

En esta sección se presentan las recomendaciones basadas en los resultados obtenidos, que serán fundamentales para promover a La Siberia como destino turístico. En primer lugar, la participación de la comunidad de La Calera es fundamental para el desarrollo del turismo paranormal en La Siberia. Por lo que se sugiere involucrar a los habitantes a través de talleres de formación en guianza turística y capacitaciones en gestión y planificación del turismo, que les permita ser parte del proceso y se puedan beneficiar directamente del crecimiento del turismo en su territorio.

Para mitigar los posibles impactos negativos del turismo paranormal en La Siberia, se recomienda establecer un modelo de gobernanza participativa, donde los habitantes tengan voz en la planificación y el desarrollo de actividades turísticas, asegurando que sus preocupaciones y expectativas sean atendidas, con el fin de garantizar que el turismo paranormal no afecte negativamente su calidad de vida, ni su percepción frente a este tipo de turismo. Así mismo, es fundamental desarrollar programas de educación y sensibilización tanto para turistas como para operadores turísticos, que promuevan el respeto por las tradiciones locales y el entorno de La Calera, evitando comportamientos intrusivos o irrespetuosos con la comunidad local. Lo que ayudaría a minimizar los conflictos y mejorar la relación entre los visitantes y la comunidad local.

En segundo lugar, las autoridades municipales en particular La Alcaldía de La Calera y la policía local, deben involucrarse en la conservación, preservación y seguridad del lugar, para garantizar, no solo el bienestar y seguridad de la comunidad y los turistas, sino también para el adecuado desarrollo de proyectos o actividades turísticas que en el futuro se vayan a

generar en La Siberia. Por lo tanto, se recomienda una alianza estratégica entre las instituciones públicas y los actores turísticos locales para desarrollar planes de acción que incluyan la conservación de este espacio abandonado y la implementación de medidas de seguridad.

Se sugiere que la Alcaldía fomente iniciativas para revitalizar el lugar y apoye planes de preservación del patrimonio tanto arquitectónico como histórico de La Siberia. Del mismo modo, se recomienda implementar sistemas de vigilancia, controles de acceso y una mayor presencia de la policía, para prevenir actos delictivos dentro de este espacio, garantizando la seguridad de visitantes y residentes, y fortaleciendo la imagen de La Siberia como un destino turístico seguro y atractivo.

En tercer lugar, es esencial que las experiencias turísticas que se vayan a desarrollar estén basadas en la historia real de La Siberia, combinada con las leyendas paranormales que han surgido a lo largo del tiempo. Ya que, la conexión con la historia de la cementera y la vida de sus trabajadores puede crear una experiencia que atraiga a un público más amplio, interesado tanto en lo paranormal como en lo histórico. Además, con estas narrativas también se pretende preservar el patrimonio local y asegurar una experiencia turística ética y respetuosa.

Por otro lado, la promoción en línea resulta muy eficaz para destacar a La Siberia como un lugar atractivo para los amantes del turismo paranormal y quienes quieran descubrir la historia de este destino. En consecuencia, se aconseja crear una estrategia de marketing digital que incluya redes sociales, páginas web, contenido multimedia atractivo y campañas dirigidas especialmente a jóvenes adultos, ya que muestran mayor interés en este tipo de experiencias. Cuando se comparte testimonios, imágenes y videos de los visitantes, se logra despertar un mayor interés y aumentar la presencia en línea de La Siberia, lo que atraerá a una mayor cantidad de turistas.

Con relación a la infraestructura turística en La Siberia, se recomienda crear puntos de información, señalización, zonas de descanso, baños y servicio de transporte para tener mayor accesibilidad al lugar. Esta infraestructura no sólo mejorará la comodidad y seguridad de los turistas, sino que también impulsará a La Siberia a ser un destino turístico más accesible. Además, se recomienda crear experiencias turísticas centradas en visitas nocturnas

guiadas y eventos temáticos o festivales paranormales. Dichas actividades fueron las más votadas por los potenciales turistas en la encuesta de la presente investigación.

Finalmente, se recomienda realizar estudios continuos sobre las repercusiones económicas y socioculturales del turismo en La Siberia, para garantizar su viabilidad a largo plazo. Los estudios permitirán analizar cómo se distribuyen los beneficios económicos en la comunidad y en el municipio, y del mismo modo, adaptar las estrategias propuestas según las necesidades cambiantes del mercado turístico. Además, se sugiere contar con un sistema de monitoreo de las actividades turísticas, que ayude a evaluar la rentabilidad, y permita ajustar las ofertas turísticas para mantener su atractivo en el tiempo.

Al determinar el notable potencial del turismo paranormal en La Siberia, Cundinamarca, el presente trabajo pretende sentar las bases para futuras investigaciones que estén enfocadas en el diseño de un producto turístico en este lugar. Dichas investigaciones podrían ahondar en la creación de experiencias innovadoras y sostenibles que tengan en cuenta las expectativas y percepciones de los visitantes y de la comunidad local, fomentando así el desarrollo económico y la valorización del patrimonio local del municipio.

Referencias bibliográficas

- Acosta, J. M., Cifuentes, L. C., Restrepo, A. M., & Sánchez, L. A. (2020). *ANÁLISIS DE LA TENDENCIA DEL TANATOTURISMO COMO NUEVA FUENTE DE TRABAJO EN EL TURISMO DE CUNDINAMARCA, COLOMBIA*. <https://docplayer.es/204923768-Analisis-de-la-tendencia-del-tanatoturismo-como-nueva-fuente-de-trabajo-en-el-turismo-de-cundinamarca-colombia.html>
- Aguilar, F.G. (2021). *Turismo Oscuro: visitar lugares marcados por tragedias*. GACETA. Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). <https://www.gaceta.unam.mx/turismo-oscurο-visitar-lugares-marcados-por-tragedias/>
- Alba Novoa, A. E., Leal Mora, L. D., & Rubio Morales, H. A. (2018). *Propuesta de una ruta turística de mitos y leyendas en los municipios de Tabio, Tenjo y Subachoque*. Universitaria Agustiniiana. <http://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/530>
- Andrade, L. G. (2019). *Estudio de Mercado para el diseño de una oferta Turística Espectral en la ciudad de Guayaquil*. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/45974>
- Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Editorial Shalom. <http://187.191.86.244/rceis/wp-content/uploads/2015/07/Metodolog%C3%ADa-de-la-Investigaci%C3%B3n-DANIEL-S.-BEHAR-RIVERO.pdf>
- Bertoncello, R. (2002). *Turismo y territorio. Otras prácticas, otras miradas. Aportes y Transferencias*, 6(2), 29-50. NúLan. <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/259/>
- Biran, A., Poria, Y., y Oren, G. (2011). *Sought experiences at (dark) heritage sites*. *Annals of tourism research*, 38(3), 820-841. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.12.001>
- Bohórquez Patiño, L. M., & Mora Forero, J. A. (2021). *Demanda y oferta del turismo oscuro en la comunidad de Armero Tolima* <https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/13430>
- Caballero-Martínez, L. (2017). *El camino del éxito de las encuestas y entrevistas*. (Documento de docencia N° 30). Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. <https://doi.org/10.16925/>

- Calderón Sánchez, S. A. (2020). *La Siberia en la memoria de sus ex-trabajadores : la experiencia de habitar un barrio obrero en el municipio de La Calera, Cundinamarca*. <https://bdigital.uexternado.edu.co/entities/publication/7fb39c41-54b0-4325-9da3-99d9d3cee916/full>
- Carrillo, A. (2015). *Misterio y olvido en la pequeña Siberia*. <https://cartelurbano.com/historias/misterio-y-olvido-en-la-pequena-siberia>
- Cohen, E. (1988). *Authenticity and commoditization in tourism*. *Annals Of Tourism Research*, 15(3), 371-386. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90028-x](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90028-x)
- Contreras Plazas, N. A., & Rueda Hernández, P. I. (2020). *Turismo oscuro potencial y oferta de México y Colombia*. <https://repositorio.unicolmayor.edu.co/handle/unicolmayor/185>
- Creswell, J. W. (2017). *Design and conduct of mixed methods research*. Sage publications.
- Dancausa Millán, M. G. (2019). *Análisis del Turismo Oscuro en Córdoba (España) Pátzcuaro (México): El Turismo de Cementerios*. <https://helvia.uco.es/handle/10396/19164>
- Dankhe, G. L. (1986). *Research Methods in Education*. Prentice-Hall.
- De la Torre Padilla, O. (1980). *El turismo fenómeno social*. México Fondo de Cultura Económica 1980. <https://biblioteca.unimeta.edu.co/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=16403>
- Delega, V. (2021). *Turismo oscuro en el Partido de Bragado*. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/123248>
- Fonti, D. O., & Stauber, J. C. (2017). *Responsabilidad ante la mercantilización de la muerte*. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/81965>
- Friedrich, M., & Johnston, T. (2013). *Beauty versus tragedy: thanatourism and the memorialisation of the 1994 Rwandan Genocide*. *Journal of Tourism and Cultural Change*, Vol 11 (4): 302-320.
- Gold, R. L. (1997). *The Ethnographic Method in Social Research*. Oxford University Press

- González, A. (2004). *El anfitrión como actor social en el turismo. Reflexiones desde el caso de Ixtapan de la Sal, México*. Revista de Ciencias Sociales, 105, (2004), 155-168. de <https://www.redalyc.org/pdf/153/15310511.pdf>
- González-Jacques, E. (2008). *"Driskill hotel: compromiso mortal". Hoteles con huéspedes eternos*. Periódico Reforma, México, D.F., México.
- Gus Perdomo Photography, (s.f.). *Ausencia 2 (La Siberia) - Absence 2*. Obtenido de <https://gusperdomo.com/ausencia-2-la-siberia>
- Hernández-Sampieri, R. Fernández, C. y Baptista, M. P. (2014). *Metodología de la investigación. (6ª ed.)*. McGraw Hill Interamericana de México.: https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Herrera Prieto, L. C. (2000). *Turismo cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza*. Valladolid, Fundación del patrimonio Histórico de Castilla y León. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=1516>
- Hiernaux, N. D. (2002). *¿Cómo definir el turismo? Un repaso disciplinario*. NüLan. <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/258/>
- Hiriart Pardo, C. (2009). *Panorama mundial del turismo cultural*. <https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf18/articulo1.pdf>
- Holmes, M., & Inglis, D. (2004). *Selling the specter: Ghost stories and tourism in modern Scotland*. Studies in Travel Writing, 8(2), 107-123. <https://doi.org/10.1080/13645145.2004.9634955>
- Ivo Ivov, G. (2022). *"Análisis del turismo Oscuro y sus motivaciones."*. <https://riunet.upv.es/handle/10251/152942>
- Korossy, N., Araújo de Holand, L., & Andrade de Lima Morais, I. (2018). *La oferta turística dark en Recife (Pernambuco - Brasil): ¿Una nueva forma de practicar el turismo urbano?* http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322018000200009&lng=es&tlng=es.
- Korstanje, M. E. (2015). *Puntos esenciales del turismo oscuro, un debate conceptual*. GRAN TOUR, REVISTA DE INVESTIGACIONES TURÍSTICAS. <https://eutm.es/journal/index.php/gt/article/view/47>

- Kravets, I. y Camargo, P. (2008). *La importancia del turismo cultural en la construcción de la identidad nacional*. CULTUR: Revista de Cultura e Turismo, ISSN-e 1982-5838, Año 2, N°. 2, 2008, págs. 1-16.
- Krisjanous, J. (2016). *An exploratory multimodal discourse analysis of dark tourism websites: Communicating issues around contested sites*. Journal of Destination Marketing & Management, 5, 341- 350.
- Ledhesma, M. (2018). *Tipos de turismo: nueva clasificación*. Buenos Aires, 1, 66-86. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15091/mod_resource/content/0/Tipos%20de%20turismo,%20nueva%20clasificaci%C3%B3n%20-%20Manuel%20Ledhesma.pdf
- Lennon, J. (2017). *Dark Tourism*. Oxford Research Encyclopedia of Criminology and Criminal Justice. https://researchonline.gcu.ac.uk/ws/portalfiles/portal/39971695/Lennon_Oxford_Diction_Dark_Tourism_17_10_2016_1_.pdf
- Lennon, J. y Foley, M. (2000). *Dark Tourism. The attraction of death and disaster*. Editorial Continuum.
- Lennon, J. y Foley, M. (1996). *JFK and dark tourism: A fascination with assassination*. International Journal of Heritage Studies, 2 (4), 198–211. <https://researchonline.gcu.ac.uk/en/publications/jfk-and-dark-tourism-a-fascination-with-assassination>
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical, and social impacts*. London, New York: Longman.
- Miles, W. F. (2002). *Auschwitz: Museum interpretation and darker tourism*. Annals of Tourism Research, 2002, vol. 29, núm. 4, 1175-1178 ref. 12. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00054-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00054-3)
- Monroy, P. (2017). *El pueblo del olvido*. WordPress.com. <https://contratiemponline.wordpress.com/2017/05/19/el-pueblo-del-olvido/>
- Moreno, M. y Coromoto, M. (2011). *Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación*. Visión gerencial, (1), 135-158. <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

- Niemela, T. (2010). *Motivation Factors in Dark Tourism, Case: House of Terror*. Lahti University of Applied Sciences, Lahti, Finlandia. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/14984/Niemela_Titta.pdf
- Nieto González, J. R., Román Sánchez, I., Bonillo Muñoz, D., & Paulova, N. (2016). *El turismo a nivel Mundial*. International journal of scientific management and tourism, ISSN-e 2386-8570, ISSN 2444-0299, Vol. 2, N°. 1, 2016, p.p. 129-144.
- Olmos, L., & García, R. (2016). *Estructura del mercado turístico*. Ediciones Paraninfo, SA. Hosteleria y Turismo.
- O. M.T (2008). *Entender el turismo*. Glosario básico.
- Ovalles Pabón, L. C. (2017). *Diagnóstico de los sitios con potencial para el turismo para el desarrollo de turismo oscuro en Cúcuta (Colombia) y su área metropolitana*. Kalpana, (15), 44-62. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7003470>
- Pastor Alfonso, M. J. (2003). *El patrimonio cultural como opción turística*. <https://www.scielo.br/j/ha/a/XVMd89rnNjQC5wZNGt5BckM/?format=pdf&lang=es>
- Plano Clark, V. L. (2018). *Enseñanza de métodos mixtos de investigación: uso de un marco socioecológico como enfoque pedagógico para abordar la complejidad del campo*. Revista internacional de metodología de investigación social, 21 (4), 409–424. <https://doi.org/10.1080/13645579.2018.1427604>
- Quispe Cruz, J. V. (2021). *Ruta turística "La Paz del más allá"*. <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/30135>
- Reyes Igarza, L. R. (2019). *Percepción sociocultural de los pobladores sobre el turismo negro en la Provincia de Oxapampa-Región Pasco*. Tesis de maestría - Universidad Nacional del Centro del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12894/5303>
- Rivas, A. C., Fernández, K. V., & Yauqui, M. D. (2020). *Tanatoturismo como estrategia de desarrollo local en el barrio de San Roque del Distrito Metropolitano de Quito*. <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/24358>
- Rodríguez Amórtégui, E. D. (2021). *Potencial para el desarrollo del turismo oscuro con participación comunitaria en la zona del antiguo Bronx de la de la ciudad de Bogotá*. <https://hdl.handle.net/10656/13421>

- Rojek, C. (1993). *Ways of Escape: Modern Transformations in Leisure and Travel*. Macmillan, London.
- Sampieri, R. H., Valencia, S. M., & Soto, R. C. (2014). *Construcción de un instrumento para medir el clima organizacional en función del modelo de los valores en competencia*. *Contaduría y Administración*, 59(1), 229-257. [https://doi.org/10.1016/s0186-1042\(14\)71250-1](https://doi.org/10.1016/s0186-1042(14)71250-1)
- Santamaría, C. S. (1983). *Historia de una Gran Empresa*. Colombia: Editorial Gaudí.
- Seaton, A. V. (1996). *Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism*. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 234–244. <https://doi.org/10.1080/13527259608722178>
- Sepúlveda Zea, D. (2020). *Impacto del turismo oscuro en la transformación de la ciudad de Medellín*. <http://hdl.handle.net/10819/7906>
- Sharpley, R. (2005). *Viajes al borde de la oscuridad: hacia una tipología del turismo oscuro. Llevando el turismo a los límites: cuestiones, conceptos y perspectivas gerenciales* /Elsevier.
- Smith, J. (2018). *Impactos del turismo en comunidades locales: un análisis crítico*. *Revista de Turismo y Sociedad*, 15(2), 45-60.
- Sokoloff Castro, J. (2015). *Perspectivas de desarrollo del municipio de La Calera enmarcado dentro de Bogotá-Región*. Uniandes. <http://hdl.handle.net/1992/18289>
- Soro, E. O. (2017). *Turismo oscuro: perfiles, nichos, motivaciones y experiencias a nivel mundial*. http://www.aept.org/archivos/documentos/informe_turismo_oscuro.pdf
- Spradley, J. P. (1980). *Participant Observation*. Holt, Rinehart, and Winston. <https://coursounneherasfadycc.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/10/traduccic3b3n-spradley5.pdf>
- Stone, P. R. (2006). *A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions, and exhibitions*. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 54 (2), 145-160. <https://hrcak.srce.hr/161464>
- Tarlow, P. (2005). *Dark tourism the appealing 'dark' side of tourism and more*. En Elsevier eBooks (pp. 47-58). <https://doi.org/10.1016/b978-0-7506-6133-1.50012-3>

- Timothy, D. J. y Boyd, S. W. (2006). *Heritage Tourism in the 21st Century: Valued Traditions and New Perspectives*. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 1–16.
<https://doi.org/10.1080/17438730608668462>
- Toselli, C. (2006). *Algunas reflexiones sobre el turismo cultural*.
<http://www.pasosonline.org/Publicados/4206/PS040206.pdf>
- Valdez, R. (2010). *Leyendas de fantasmas del centro histórico de Puebla, México. ¿Un recurso complementario de atracción turística?*
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180716756006>
- Van Broeck, A., & López López, Á. (2017). *Turismo oscuro. De la conmemoración a la comodificación de la muerte, los desastres y lo macabro*.
http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/numero24/Van_Broeck,Lopez.pdf
- Velasco González, M. (2009). *GESTIÓN TURÍSTICA DEL PATRIMONIO CULTURAL: ENFOQUES PARA UN DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO CULTURAL*.
<https://revistas.um.es/turismo/article/view/70121/6759>
- Yuill, S. M. (2004). *Dark tourism: understanding visitor motivation at sites of death and disaster*. Doctoral thesis. Texas A&M University, 2004.
<https://hdl.handle.net/1969.1/89>

Acápites y anexos

Acápites

Tabla 1. Análisis entrevista a comunidad local

Tabla 2. Recopilación de relatos paranormales e históricos de La Siberia

<https://drive.google.com/file/d/14tXuHrtjcJATNDB-ELw12wgBc7KFh8TA/view>

Anexos

Anexo A. Formato de encuesta

Anexo B. Formato de entrevista

Anexo C. Recopilación gráfica de La Siberia antes de su abandono

Anexo D. Recopilación gráfica del estado actual de La Siberia

https://drive.google.com/file/d/1jLH_UMEX2-HYW56o5coGTtQsmdUiR7zd/view