

### La cultura sí vende

Septiembre 30 de 2009

Redacción de El País

Jordi Tresserras quiere convertir a Cali en meca del turismo cultural.

Cali lo tiene todo, pero le falta, dice el catalán Jordi Tresserras, quien está encargado de impulsar el turismo cultural como parte del proyecto de industrias culturales de Cali, que respaldan desde el Banco Interamericano de Desarrollo, BID.

Es el primero que se lleva a cabo y “para la ciudad supone un reto, pues lo más fácil sería copiar de uno y de otro, pero en este caso no hay puntos de referencia”, dijo. Y eso es bueno, porque se es más creativo.

Según Tresserras, en la ciudad se tiene el concepto de industria cultural, pero “es necesario que la ciudadanía crea en su cultura y su identidad, pues esto es factor de desarrollo. En Cali falta autoestima ciudadana y se está recuperando”, añadió.

Y considera que la mala imagen de la ciudad debe ser una fortaleza, “pues cuando la gente escucha hablar de Cali, sabe dónde está y eso en turismo es fundamental, y la imagen se puede cambiar”.

El experto advirtió que “en Cali no ha habido una política turística, y tenerla y ponerla en práctica va a ser lento. Eso es un problema con los políticos, pues ellos son como los yogures: tienen fecha de caducidad, y si tú les dices que los resultados los vas a ver al cabo de diez años, todos piensan: ‘¡Uyyy!’”.

Según Tresserras, el proyecto de industrias culturales ofrece resultados inmediatos porque “aunque el sector cultural es muy informal y no está legalizado en muchos casos, el proyecto de industrias culturales ayudará a ver la cultura como oportunidad de negocio”.

Jordi Tresserras coordina Ibertur, la red de turismo cultural de España.  
Roy Chaves/El País



**Acepté cuando vi la propuesta, la estrategia a cuatro años y, sobre todo, la unión de los sectores público y privado, pues eso garantiza continuidad en el trabajo. Aquí**

**el socio principal es Comfandi". Jordi Tresserras, asesor en turismo cultural.**

Cali está preparada para ser ciudad turística, pero no ha comenzado a estructurarse, pues "hasta ahora ha sido emisor de turistas al exterior, pero es poco receptor", explicó. "Tenemos la guinda, pero no tenemos el pastel. Estamos amasándolo, pero falta hornearlo", concluyó este catalán, quien nos dio una lista de riquezas culturales por explotar.

### **Potencia de la ciudad**

- 1. Las plazas de mercado

"La plaza de mercado de La Alameda es muy limpia y es una delicia ir a comer morcilla. También hay productos artesanales, religiosidad y santería. Eso al turista le resulta atractivo. "Con ver el mercado de una ciudad se conoce su grado de desarrollo".

- 2. Salsa: la joya de la corona

"Vender Cali con una política sustentada exclusivamente en la salsa sería perjudicial. Para mí, es como la guinda (adorno) del pastel. De ahí hacia abajo hay muchas cosas, pero con la salsa hay ya una política pública, a lo cual le veo gran potencial. Aquí tienen la dimensión de lo cultural a través de las escuelas de salsa. En Cali, la cultura afro es un elemento preservado de forma singular, y eso se manifiesta en el Festival 'Petronio Álvarez'".

- 3. Turismo de paisaje

"El paisaje de la caña de azúcar es para ustedes cotidiano y monótono y ya está muy visto. Pero el que viene de afuera encuentra fascinantes el cañaveral, las haciendas, que son elementos singulares y exóticos, poder ver cómo extraen las mieles, el guarapo, la panela, o aprender a hacer aguapanela con limón. "Sin embargo, no se puede hacer turismo patrimonial, porque si bien quedan haciendas, no hay muchas".

- 4. Estómagos viajeros

"Distritos culturales de gastronomía son Granada y El Peñón, donde también hay tiendas de diseño. Es gran potencial, pues se puede establecer una Ruta del Sabor, con buses que recojan a los turistas en los hoteles para llevarlos a cenar a un restaurante y después a un espectáculo de salsa. "Un tema al que no se ha dado valor aquí, es el de los aguardientes. Se le ve por la parte negativa, pero en Cali hay aguardientes caseros que se deben aprovechar. Mire en Perú cómo se ha trabajado con el pisco".

- 5. Cine

"Cali fue una ciudad que trajo a Colombia el tema del cine y en la cual se trabaja hoy el tema de la cinematografía".

- 6. Estética

"El turismo estético, oftalmológico y de ortodoncia son un potencial grande. Además, las oportunidades que hay en la región con fuentes termales y otros 'spa' naturales".

- 7. Corporativo

"Cali tiene un centro de convenciones importante. El elemento cultural es un proyecto añadido a este sitio, lo mismo que el de la salud".

### **Sobre Tresserras**

Es doctor en geografía e historia en la Universidad de Barcelona. Coordinador de Ibertur, Red de Turismo Cultural de España. Director de programas del Centro Europeo del Patrimonio (1989-90). Coordinador de turismo cultural en el Programa Petra de la Unión Europea en Thessaloniki (Grecia, 1993). Ha dirigido numerosas investigaciones sobre patrimonio y turismo

desde la Fundación Europea del Patrimonio (1989-1993). Actualmente participa en el proyecto de investigación 'El turismo cultural en América Latina', financiado por la Universidad de Barcelona.