



Análisis de la motivación de los turistas a partir del turismo oscuro en el Cementerio Central de Bogotá

Tourist Motivation Analysis Based on Dark Tourism in the Central Cemetery of Bogotá

JORGE ALEXANDER MORA FORERO*

Universitaria Agustiniiana (Uniagustiniana)
Colombia

LEIDY NATALIA RODRÍGUEZ SALGADO**

Uniagustiniana
Colombia

*jorge.mora@uniagustiniana.edu.co

 <https://orcid.org/0000-0001-7764-0370>

**leidy.rodriguezs@uniagustiniana.edu.co

 <https://orcid.org/0009-0004-9649-7716>

Artículo de investigación

Recepción: 13 de diciembre de 2024

Aceptación: 28 de abril de 2025

<https://doi.org/10.52948/sosquua.v7i1.1167>

Cómo citar este artículo:

Mora, J. y Rodríguez, L. (2025). Análisis de la motivación de los turistas a partir del turismo oscuro en el Cementerio Central de Bogotá. *Sosquua*, 7(1), 1-26.

Reconocimiento-SinObraDerivada 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND)

Resumen:

La investigación se enfoca en el Cementerio Central de Bogotá, un lugar con un gran potencial turístico e histórico, aunque actualmente se encuentra en condiciones regulares debido a la falta

de apropiación de este espacio que posee un significativo potencial cultural, histórico, arquitectónico y de turismo experiencial, como es el caso del tanatoturismo. El objetivo es identificar el interés de los tanatoturistas en visitar el cementerio y cómo las agencias de turismo pueden aprovechar este potencial. La metodología utilizada es cuantitativa y descriptiva, empleando encuestas para recopilar datos sobre la percepción y opinión de los visitantes. El estudio propone tres perfiles de visitantes: el *descubridor*, interesado en el patrimonio cultural del cementerio; el *cultural*, en busca de lugares con historia y patrimonio; así como el *tanatoturista*, que busca experiencias relacionadas con lo macabro. Los resultados indican que la mayoría de los visitantes son jóvenes (18-30 años) y la mayoría no visita el cementerio regularmente. La infraestructura del cementerio se percibe como promedio y las condiciones sanitarias se califican de manera similar. La mayoría de los encuestados recomendaría el cementerio como destino turístico cultural y expresó interés en contar con guías turísticos. En conclusión, la investigación sugiere un interés significativo en el tanatoturismo en el Cementerio Central de Bogotá; además, destaca la oportunidad para las agencias de turismo de desarrollar nuevas ofertas y experiencias turísticas. Esto podría beneficiar a la economía local y contribuir a la preservación y promoción del patrimonio cultural del cementerio.

Palabras clave: tanatoturismo; turismo experiencial; paranormal; brujería; patrimonio cultural.

Abstract:

The research focuses on the Central Cemetery of Bogotá, a place with a great tourist and historical potential, although it is currently in regular conditions due to the lack of appropriation of this space that has a significant cultural, historical, architectural and experiential tourism potential, as is the case of thanatotourism. The objective is to identify the interest of thanatotourists in visiting the cemetery and how tourism agencies can take advantage of this potential. The methodology used is quantitative and descriptive, using surveys to collect data on the perception and opinion of visitors. The study proposes three visitor profiles: the *discoverer*, interested in the cultural heritage of the cemetery; the *cultural*, looking for places with history and heritage; and the *thanatotourist*, looking for experiences related to the macabre. The results indicate that the majority of visitors are young (18-30 years old), and most of them do not visit the cemetery regularly. The infrastructure of the cemetery is perceived as average, and the sanitary conditions are rated similarly. The majority of respondents would

recommend the cemetery as a cultural tourism destination and expressed interest in having tour guides. In conclusion, the research suggests a significant interest in thanatotourism in the Central Cemetery of Bogotá and highlights the opportunity for tourism agencies to develop new tourism offers and experiences. This could benefit the local economy and contribute to the preservation and promotion of the cemetery's cultural heritage.

Keywords: Thanatotourism; experiential tourism; paranormal; witchcraft; cultural heritage.

Introducción

El Cementerio Central de Bogotá cuenta gran parte de la historia de Colombia y es un potencial turístico; sin embargo, carece de acciones que fomenten la cultura turística en el proceso de realización de actividades en el sector, debido al desconocimiento de este tipo de turismo como lo es el “tanatoturismo”. La falta de conocimiento respecto a este último ha generado que las agencias de turismo se abstengan de crear planes en lugares como el Cementerio Central, desaprovechando el espacio, su potencial turístico y económico que repercute de manera negativa a los prestadores de servicios turísticos, la comunidad receptora y el mismo cementerio.

El Cementerio Central se ubica en Bogotá Distrito Capital de Colombia, en el barrio Santafe, en la localidad de Los Mártires, frente a la avenida El Dorado con carrera 20. Limita, al norte, con la localidad de La Calendaría; al sur, con la de San Cristóbal; al oriente, con la de Santa Fe, y al occidente, con la de Antonio Nariño. El conjunto se divide en tres zonas, denominadas globos e identificadas con letras de la siguiente manera: el globo A constituye el sector antiguo del cementerio; el B, en donde se encuentran las bóvedas y el C eran fosas comunes para muertos *nomen nescio* (NN, en español *Ningún Nombre*); actualmente, es el Parque El Renacimiento. La transversal 20 y la carrera 22 se encuentran en medio de los tres globos que conforman el cementerio. Fue construido por Pío Domínguez y Nicolás León, según los planos de Domingo Esquiaqui y puesto en servicio en 1836 por el gobernador Rufino Cuervo, bajo la presidencia de Francisco de Paula Santander (Cubillos, 2023).

Figura 1

Mapa del Cementerio Central de Bogotá. Museo Cementerio Central (1884)



Nota. Tomado de Instituto Distrital del Patrimonio Cultural (IDPC, 2006).

Con esta investigación lo que se busca es conocer cuál es el interés que puede tener un tanatoturista por visitar el cementerio central y cómo las agencias con esta investigación pueden delimitar su nicho de mercado e incentivar el turismo en el Cementerio Central de Bogotá, el cual se encuentra deteriorado por la falta de apropiación e intervención de las entidades a cargo, las cuales ignoran su potencial turístico y generan desinterés por parte de los visitantes. Esta investigación permitirá identificar el perfil y la motivación de los visitantes por el tanatoturismo, para que así las agencias puedan ver el cementerio central como potencial turístico. Estos perfiles se identifican en la Tabla 1.

Tabla 1

Perfil y motivación de los visitantes por el tanatoturismo

El descubridor	El cultural	El tanatoturista
Visitante del Cementerio Central que al conocer el patrimonio cultural que alberga el cementerio se interesa y busca aprender más sobre él	Se apasiona por descubrir lugares con memoria, historia y patrimonio, al encontrar un atractivo turístico con estas características no dudará en recorrerlo	Busca descubrir destinos que sustenten un relato hacia lo macabro donde pueda descubrir situaciones paranormales que alimenten el morbo y la curiosidad

Teniendo en cuenta estos perfiles, lo que se busca es beneficiar con esta investigación las agencias turísticas, la comunidad receptora y la administración del Cementerio Central de Bogotá que podrán usar estas herramientas para el desarrollo y crecimiento del mismo; las agencias turísticas podrán crear estrategias para incentivar y generar el interés en los futuros visitantes. Esto traerá consigo consecuencias positivas para la comunidad receptora. Beneficiará a los turistas locales y nacionales, dando como resultado que la imagen de la ciudad sea positiva y que muchas más personas quieran conocerla.

Revisión de literatura

Tanatoturismo

Según Light (2017), estudiosos de esta modalidad definen *tanatoturismo* como un patrón de visitas a lugares, atracciones y exhibiciones sustentadas en un relato macabro y relacionado con la muerte. Estas representaciones pueden basarse en acontecimientos reales o recreaciones actuadas. Los elementos principales siempre se asocian con catástrofes, tragedias, sufrimiento humano o situaciones paranormales. Seaton (1996) también cuenta cómo en la Edad Media las personas se trasladaban para ver ejecuciones en público. Sin embargo, esos desplazamientos se intensificaron durante el Romanticismo, más concretamente, a finales del siglo XVIII y a comienzos del XIX. Es por esta razón que se refiere a esta actividad turística como “*Thanatourism* o *Tanatoturismo*”.

Así también Sun y Lv (2021) recalcan los motivos que propician a los turistas desplazarse a lugares asociados a la muerte, dentro de los cuales se destacan: las experiencias espirituales, la curiosidad, la morbosidad y el culto a la muerte; es buscar hacer un imaginario de los hechos que sucedieron en estos lugares, diferente según la perspectiva con la que el tanatoturista lo vea, por tal razón tiene un componente muy subjetivo. Por otro lado, Lv et al. (2022) cuentan cómo es la relación del turista con el tanatoturismo, caracterizado por ser una persona curiosa y crítica que busca satisfacer sus propios deseos y expectativas personales. Para ellos es algo más que placentero; asimismo la sensación que experimentan al estar en un destino que previamente habían visto en algún tipo de plataforma digital y comparar las expectativas creadas antes de llegar al lugar hace que esta experiencia sea de total satisfacción.

Para Jang et al. (2022) uno de los factores que motiva a los turistas es el gran trabajo de marketing que realizan los medios de comunicación digital los cuales han traído a diferentes plataformas, contenido histórico, documentativo, series, las cuales se pueden apreciar en plataformas de *streaming*, videos publicados en YouTube entre otros. Estos hacen visibles

estos escenarios catastróficos de intriga, tragedia y crimen, creando así motivación y el interés de las personas que cada vez se animan más a experimentar este tipo de turismo. Por otro lado, Lewis et al. (2021) hablan sobre el deseo de experimentar vivencias cercanas a la muerte. Dichos encuentros pueden ser simbólicos; no necesariamente se trata de situaciones reales.

Turismo oscuro

El turismo oscuro hace referencia a realizar actividades turísticas en lugares donde han ocurrido algún tipo de catástrofe o lugares que de alguna manera están relacionados con la muerte, ya sea de una forma ficticia o real (Mora et al., 2023a). Esta fue la definición que le dio Dresler (2023) y, a partir de este punto, este tipo de turismo toma mucha más fuerza y se puede decir que hasta el día de hoy ha sido uno de sus principales detonantes, ya sea que se realice con un fin más educativo o por encontrar el morbo. Aunque Chen y Xu (2020) fueron los primeros autores que introdujeron la noción de *atracciones oscuras*, mediante el concepto *black spots*, por el cual se refieren a la gran cantidad de turistas que visitan los lugares en los que han ocurrido desastres.

En ese sentido, se puede ver cómo el turismo oscuro interviene en las emociones de los tanatoturistas. Según Gómez et al. (2023), además de encontrarse relacionados con la muerte y la tragedia, estos lugares poseen un valor histórico del lugar en el que se encuentran. Esto también hace que se produzca nostalgia y hasta tristeza al realizar turismo oscuro. Mora et al. (2023b) sostienen que el viaje y la experiencia con lugares asociados con la muerte no es un fenómeno nuevo, sino que las personas han sido atraídas desde hace mucho tiempo hacia sitios, atracciones o eventos relacionados con la muerte, el sufrimiento, la violencia o el desastre.

A través de Dominiccini et al. (2023) se ha dado a conocer el término de *dark tourism*, que confirma que el gusto por las visitas a lugares “tétricos” están relacionados con el turismo oscuro y están “motivadas por un deseo de encuentros reales o simbólicos con la muerte”. No obstante, para Nieto et al. (2021) este término suele ser confundido con el tanatoturismo o “*thanatourism*”, el cual es una rama del turismo oscuro. El primero es muy similar al *dark tourism*. Sin embargo, se suele utilizar este término para actividades relacionadas con la personificación de la muerte de forma directa y se refiere especialmente a la muerte violenta (Nieto et al., 2021).

Patrimonio cultural

El patrimonio cultural es el conjunto de bienes, materiales e inmateriales identificados por una sociedad concreta como portadores de valores culturales propios de la comunidad. Son bienes

tangibles e intangibles que tienen un alto contenido simbólico, lo que les hace merecedores de una especial protección, no solo relacionada con su conservación, sino también con el uso que se pueda hacer de ellos (Alex & Ichumbaki, 2023). También se puede decir que el patrimonio es la síntesis simbólica de los valores identitarios de una sociedad que los reconoce como propios (Kumar y Nair, 2022).

Ranwa (2021) define al patrimonio como una construcción sociocultural que tiene un significado debido a que algún grupo de personas les motivó por haberlo creado, conservado y protegido de generación en generación; puede cambiar o variar su significado a medida que el tiempo pasa. De acuerdo con Skounti (2023), es lo único que permite la introducción de elementos como la memoria, identidad, inteligencia tanto emocional y colectiva, gracias a los procesos de desarrollo que tiene la población. Tiene un carácter social y participativo ya que contiene un significado de la comunidad que le permite desarrollar su identidad.

Para Licata et al. (2021) se debe comprender lugares cuyos entornos han sido transformados por el turismo y entrar a analizar cómo los turistas son (o no) capaces de adaptarse a nuevas formas; además, cómo esta relación lleva a los individuos a interiorizar su propia herencia y cultura. Puede ser difícil extender la noción de realidad cultural a todos los paisajes, pero, indudablemente, los paisajes turísticos responden o deben responder a ciertas motivaciones de los turistas que lo contemplan o que lo utilizan (Chatzigrigoriou et al., 2021).

Metodología

El siguiente trabajo será desarrollado bajo el planteamiento metodológico del enfoque cualitativo, bajo el método descriptivo, debido a que este se adapta de mejor manera con las características y necesidades de la investigación. Para ello se usará como técnica una encuesta que deje ver cuál es la percepción y opinión que tienen los visitantes sobre el cementerio central y qué estrategias se pueden entrar a implementar para impulsarlo como atractivo turístico.

Tabla 2

Técnicas e instrumentos según el objetivo específico

Objetivos específicos	Técnicas	Instrumentos
Identificar los atractivos de interés arquitectónico, histórico y cultural del cementerio central	Observación Fotografía	Diario de campo Matriz de análisis documental

Establecer el perfil del turista

interesado en el turismo experiencial Encuesta

Encuesta semiestructurada

en el cementerio central de Bogotá

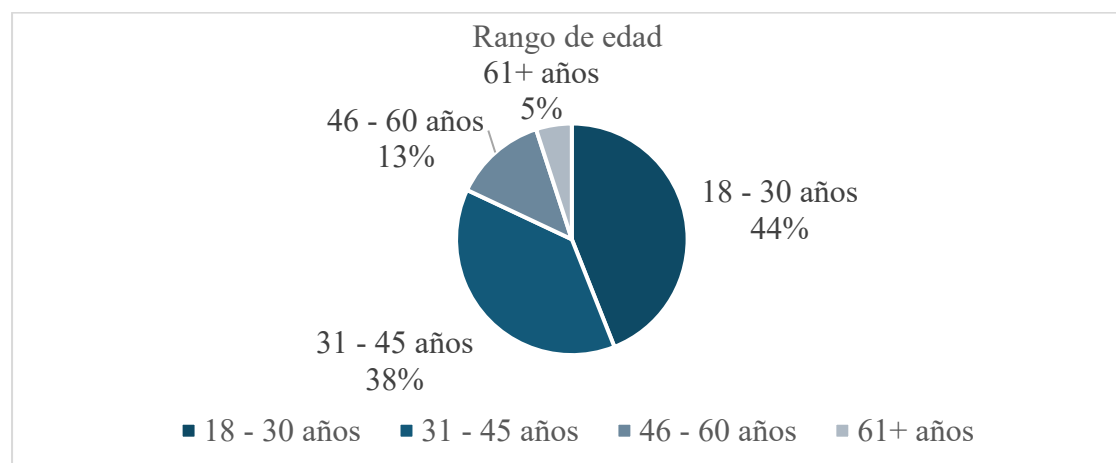
Nota. En la tabla aparecen los objetivos específicos con su técnica e instrumento de investigación.

Resultados y discusión

A continuación, se presenta los resultados obtenidos en la encuesta la cual se realiza con el objetivo de conocer los intereses de los visitantes del Cementerio Central de Bogotá y así poder establecer un perfil objetivo para el desarrollo del turismo experiencial.

Figura 2

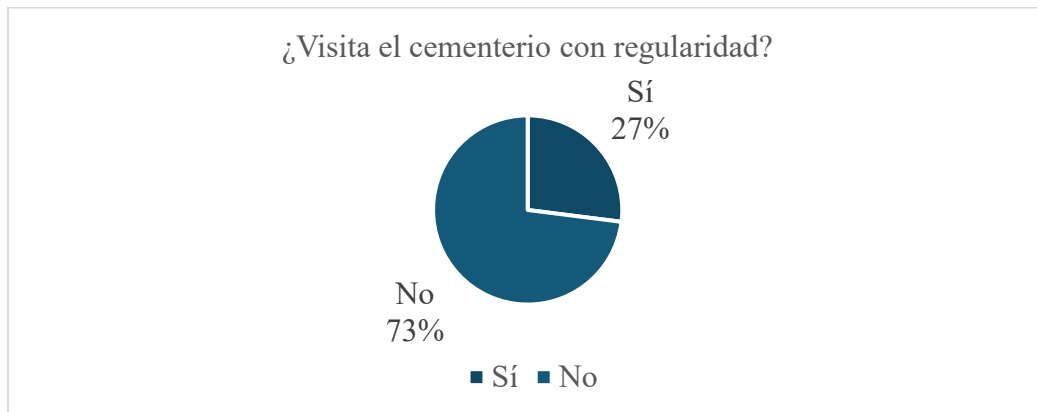
Distribución por rango de edad de visitantes al Cementerio Central de Bogotá



La gráfica muestra la distribución porcentual de los visitantes del Cementerio Central de Bogotá según su rango de edad. Se observa que el 44% de los encuestados se encuentran en el rango de 18 a 30 años, seguido por el 38% en el rango de 31 a 45 años, el 13% en el rango de 46 a 60 años y el 5% en el grupo de 61 años en adelante.

Figura 3

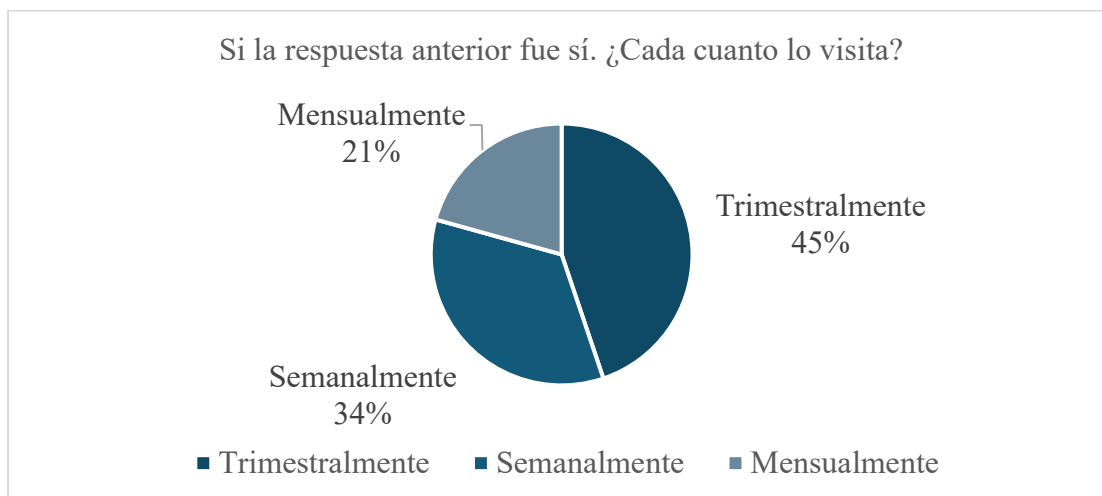
Frecuencia de visitas al Cementerio Central de Bogotá



La gráfica muestra la proporción de encuestados que visitan el Cementerio Central de Bogotá con regularidad. Se destaca que el 73% de los encuestados no lo visita con regularidad, mientras que solo el 27% sí lo hace.

Figura 4

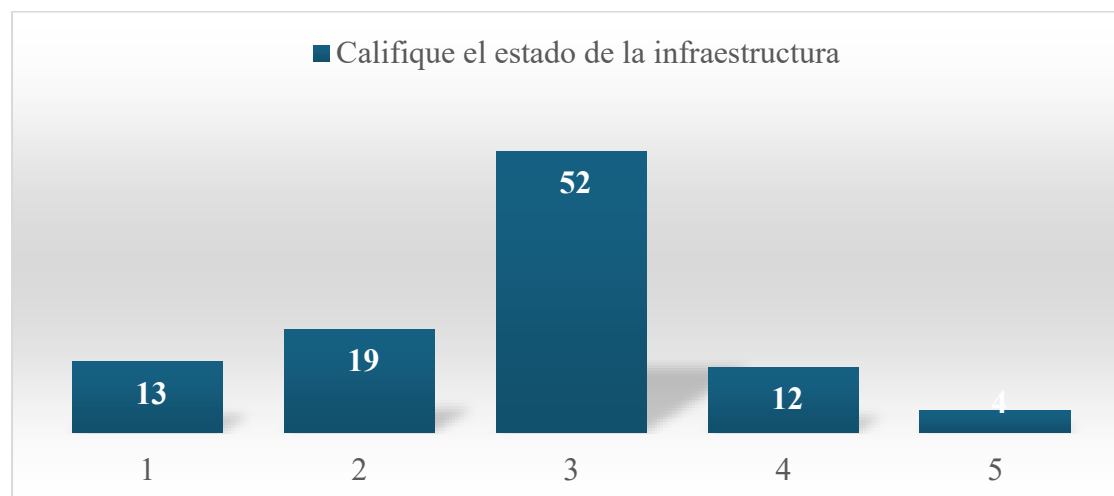
Frecuencia de visitas regulares al Cementerio Central de Bogotá



La gráfica muestra la distribución de la frecuencia de visitas al Cementerio Central de Bogotá entre el 27% de encuestados que lo visitan con regularidad. Se observa que el 45% lo visita de manera trimestral, el 34% semanal y el 21% mensualmente.

Figura 5

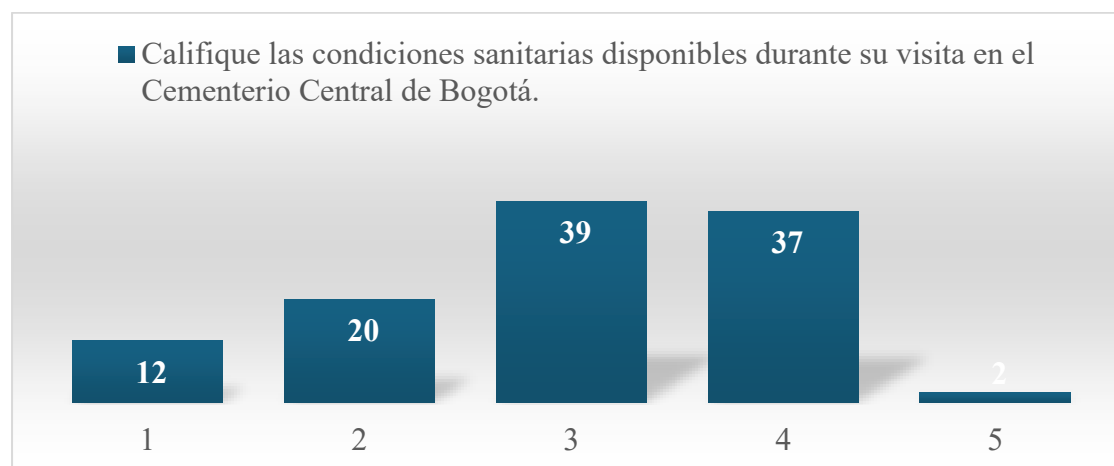
Percepción de la infraestructura del Cementerio Central de Bogotá



La gráfica muestra la percepción de los visitantes sobre la infraestructura del Cementerio Central de Bogotá en una escala del uno al cinco, donde uno representa “malo” y cinco “excelente”. Según los resultados, 52 de los encuestados calificaron con un rango de tres, 19 con uno de dos, 13 con uno de uno, 12 con un rango de cuatro y cuatro con uno de cinco.

Figura 6

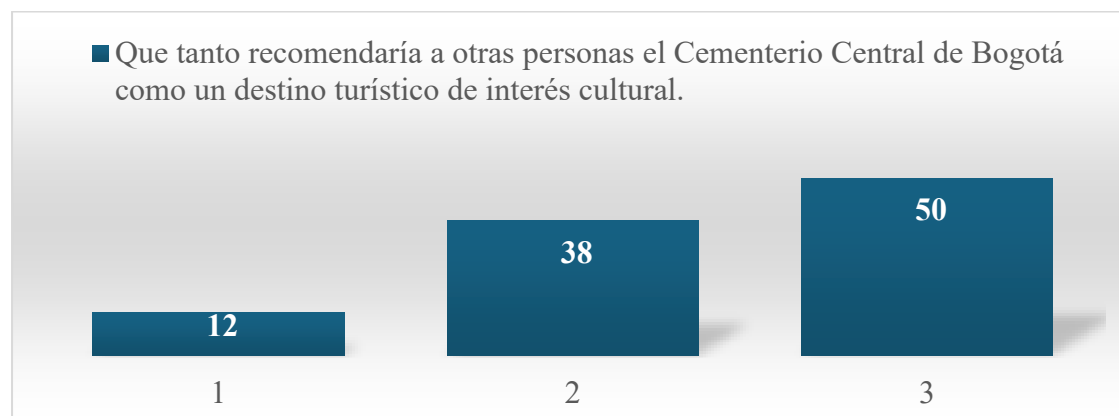
Percepción de las condiciones sanitarias en el Cementerio Central de Bogotá



La gráfica muestra la percepción de los visitantes sobre las condiciones sanitarias disponibles durante su visita al Cementerio Central de Bogotá, en una escala del uno al cinco, donde uno representa “malo” y cinco “excelente”. Los resultados indican que 39 de los encuestados calificaron con un rango de tres, 27 con uno de cuatro, 20 con uno de dos, uno con un rango de 12 y dos con uno de cinco.

Figura 7

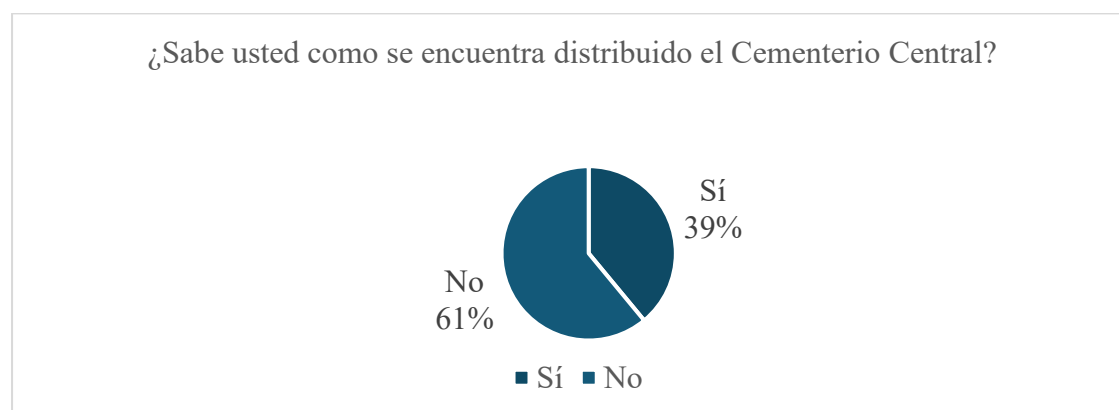
Recomendación del Cementerio Central de Bogotá como destino turístico cultural



La gráfica muestra la recomendación del Cementerio Central de Bogotá como destino turístico de interés cultural, en una escala del uno al tres, donde uno representa “no lo recomiendo” y tres “lo recomiendo”. Según los datos recopilados, 50 de los encuestados optaron por el rango tres, 38 por el dos y 12 por el uno.

Figura 8

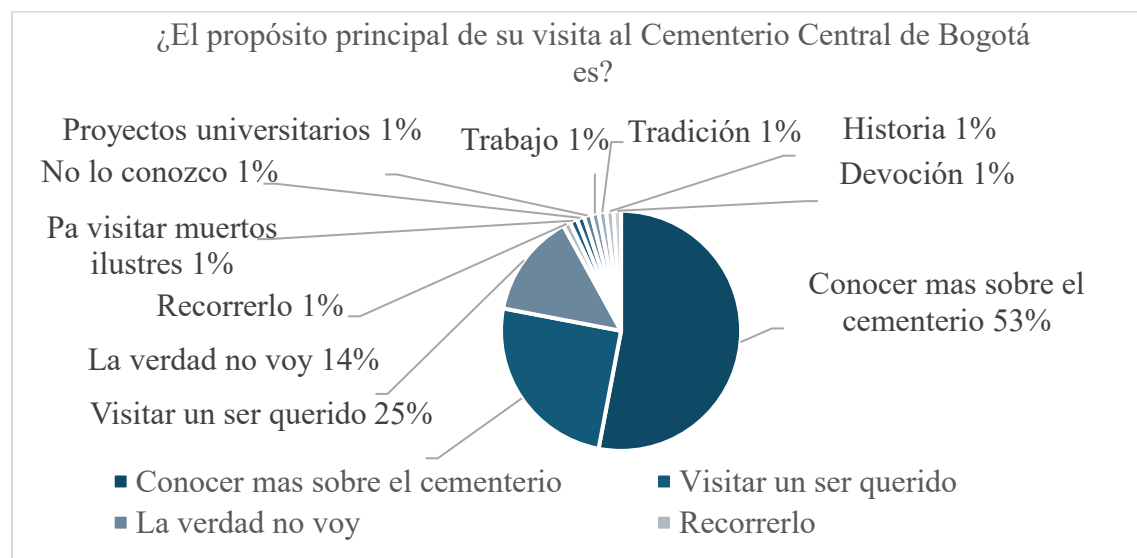
Conocimiento de la distribución del Cementerio Central de Bogotá



La gráfica muestra el nivel de conocimiento que tienen los visitantes sobre la distribución del Cementerio Central de Bogotá. Los resultados indican que el 61% de los encuestados no sabía cómo se encuentra distribuido el cementerio, mientras que solo el 39% sí tenía conocimiento de su distribución.

Figura 9

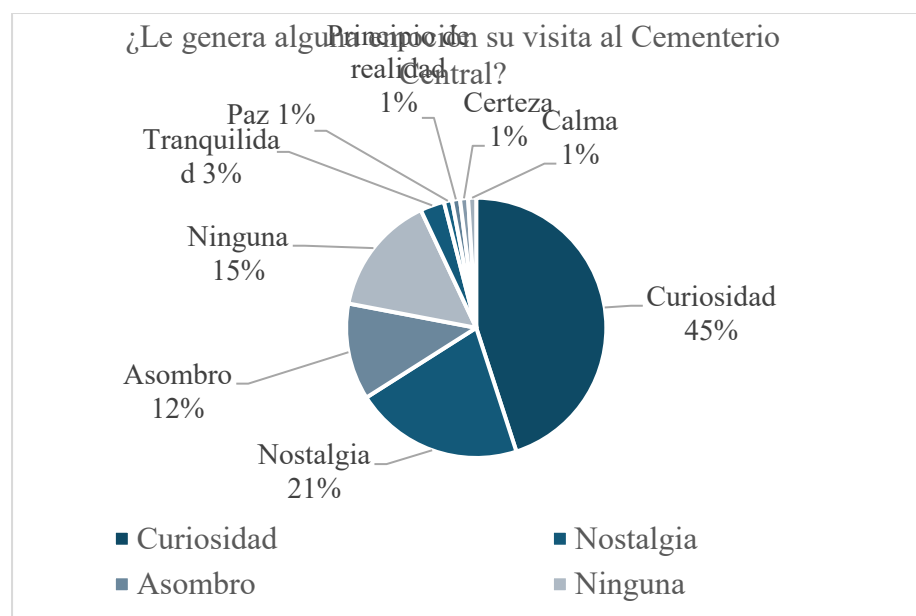
Propósito de visita al Cementerio Central de Bogotá



La gráfica muestra el principal propósito de los encuestados al visitar el Cementerio Central de Bogotá. Según los resultados, el 53% lo hace para conocer más sobre el cementerio, el 25% para visitar a un ser querido, el 14% por tradición y el restante de porcentajes es del 1%, quienes tienen como propósito: recorrerlo, visitar muertos ilustres, historia, proyectos universitarios, trabajo, entre otros.

Figura 10

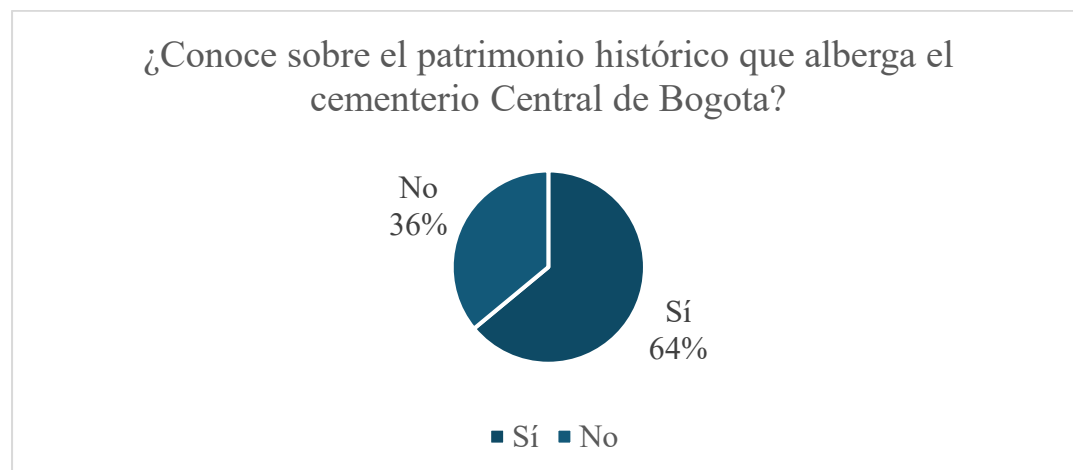
Emociones generadas en los visitantes durante su visita al Cementerio Central de Bogotá



La gráfica muestra las emociones que los visitantes experimentan durante su visita al Cementerio Central de Bogotá. Los resultados indican que el 45% de los encuestados respondió que siente curiosidad, el 21% nostalgia, el 12% asombro, el 3% tranquilidad, el 14% ninguna emoción en particular. Por último, pequeños porcentajes para emociones como: paz, principio de realidad, certeza y calma.

Figura 11

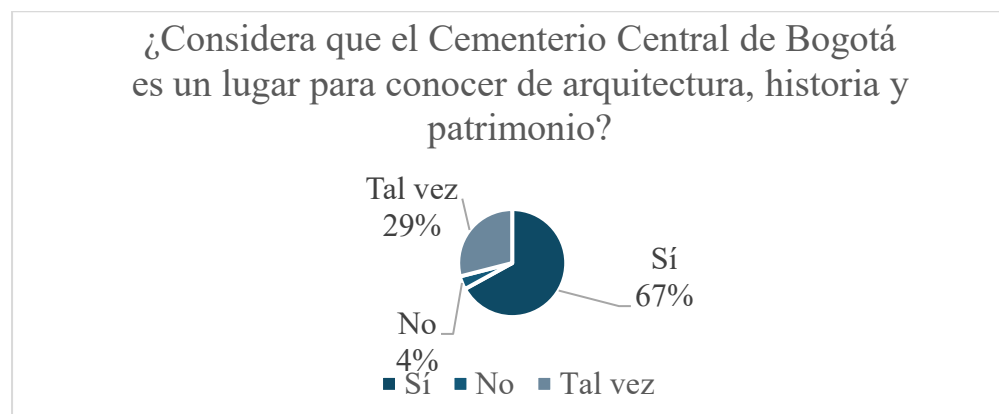
Nivel de conocimiento sobre el patrimonio histórico del Cementerio Central de Bogotá



La gráfica representa el nivel de conocimiento de los visitantes sobre el patrimonio histórico que alberga el Cementerio Central de Bogotá. Según los resultados de la investigación, el 64% de los encuestados manifestó conocer el patrimonio histórico del cementerio, mientras que el 36% restante indicó no tener ese conocimiento.

Figura 12

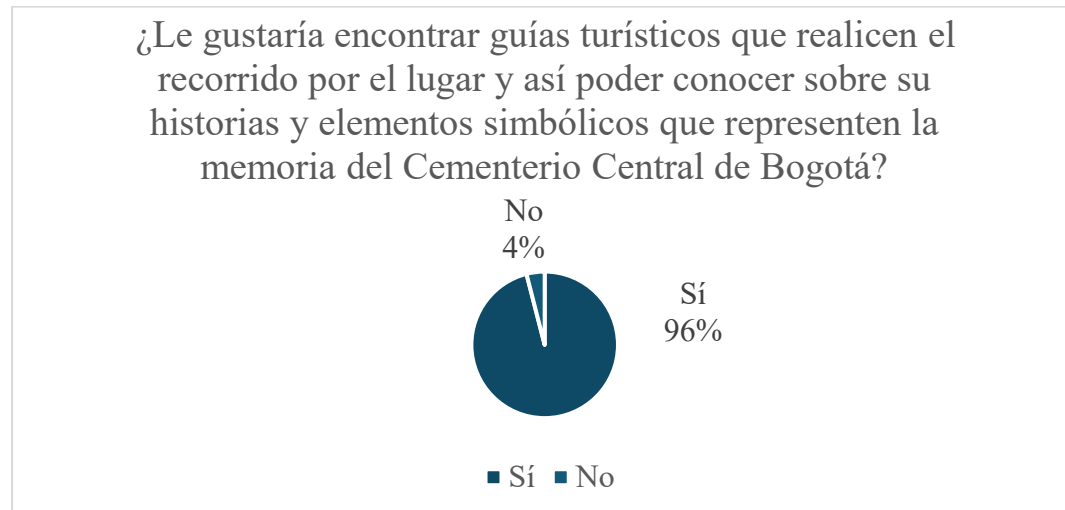
Percepción del Cementerio Central de Bogotá como lugar de interés arquitectónico, histórico y patrimonial



La gráfica muestra la percepción de los visitantes sobre si consideran que el Cementerio Central de Bogotá es un lugar para conocer de arquitectura, historia y patrimonio. Los resultados indican que el 67% de los encuestados respondió afirmativamente, el 29% respondió que no y el 4% respondió “tal vez”.

Figura 13

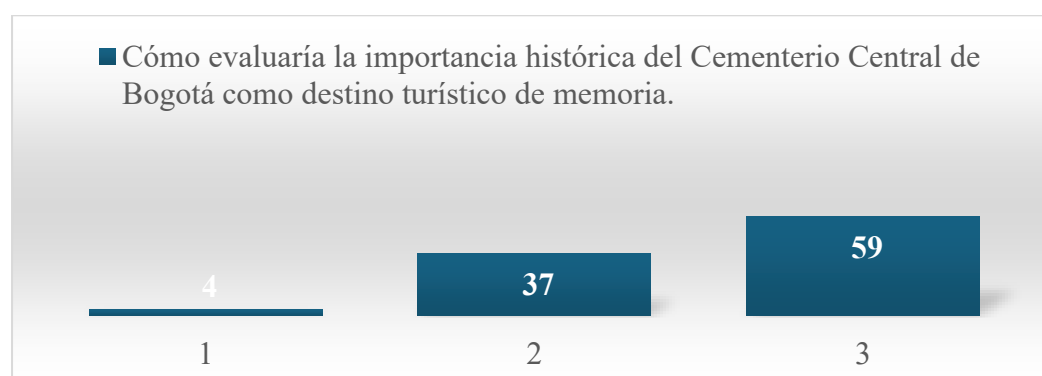
Interés de los visitantes en contar con guías turísticos en el Cementerio Central de Bogotá



La gráfica muestra el interés de los visitantes en encontrar guías turísticos que realicen recorridos por el Cementerio Central de Bogotá, permitiéndoles conocer sobre su historia y elementos simbólicos que representan la memoria del lugar. Los resultados indican que el 96% de los encuestados manifestó que sí les gustaría contar con este servicio, mientras que solo el 4% respondió que no les interesaría.

Figura 14

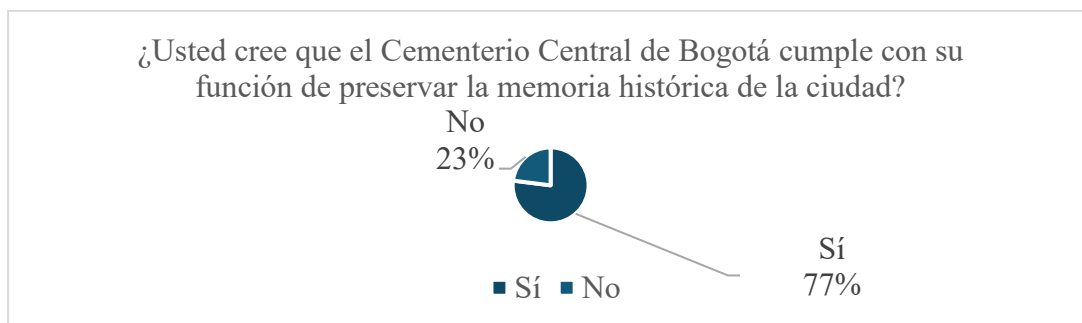
Evaluación de la importancia histórica del Cementerio Central de Bogotá como destino turístico de memoria



La gráfica representa la evaluación de los visitantes sobre la importancia histórica del Cementerio Central de Bogotá como destino turístico de memoria, en una escala del uno al tres, donde uno es “poco importante” y tres “muy importante”. Según los resultados, 59 de los encuestados eligió el rango tres, 37 eligió el dos y cuatro eligieron el uno.

Figura 15

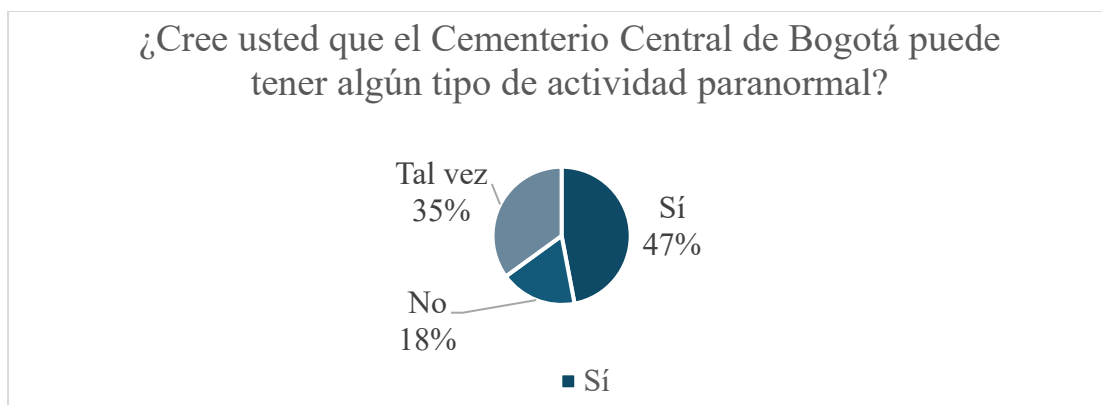
Percepción de los visitantes sobre el cumplimiento del Cementerio Central de Bogotá en preservar la memoria histórica de la ciudad



La gráfica muestra la percepción de los visitantes sobre si creen que el Cementerio Central de Bogotá cumple con su función de preservar la memoria histórica de la ciudad. Los resultados indican que el 77% de los encuestados respondió afirmativamente, mientras que el 23% cree que no cumple con esta función.

Figura 16

Creencias de los visitantes sobre actividad paranormal en el Cementerio Central de Bogotá

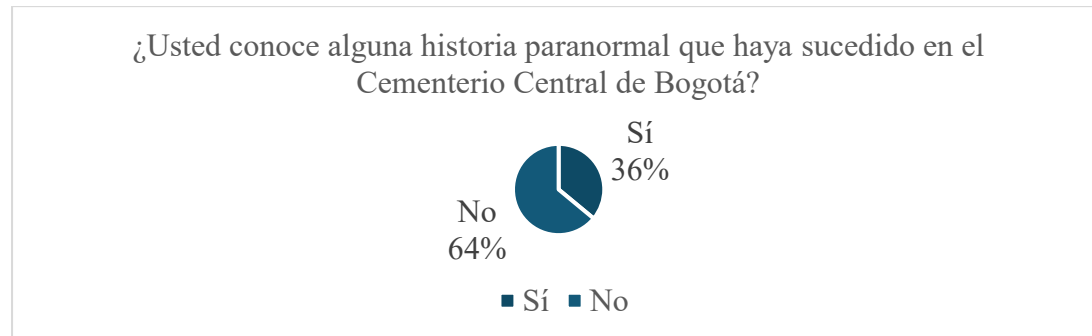


La gráfica representa las creencias de los visitantes encuestados sobre si existe algún tipo de actividad paranormal en el Cementerio Central de Bogotá. Los resultados muestran que el 47%

de los encuestados respondió afirmativamente, el 35% respondió “tal vez” y el 18% respondió que no cree en actividad paranormal en el lugar.

Figura 17

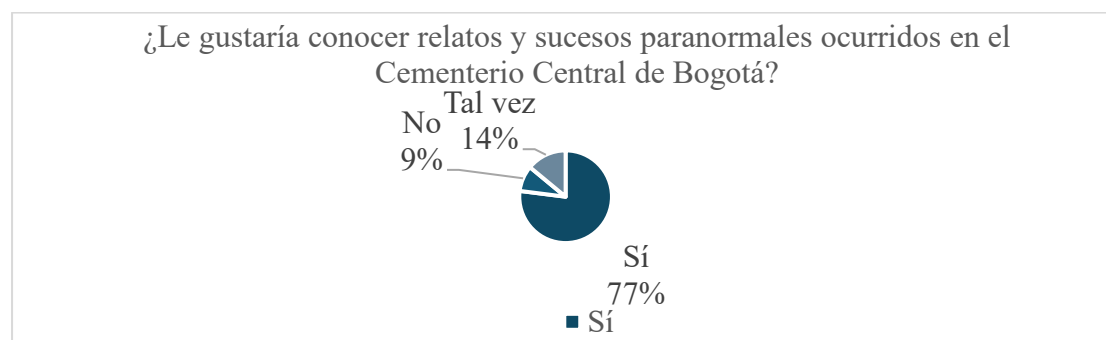
Conocimiento de historias paranormales sobre el Cementerio Central de Bogotá



La gráfica muestra el conocimiento de los visitantes encuestados sobre historias paranormales que hayan sucedido en el Cementerio Central de Bogotá. Los resultados indican que el 36% de los encuestados dijo conocer alguna historia paranormal relacionada con el lugar, mientras que el 64% respondió no tener conocimiento de este tipo de historias.

Figura 18

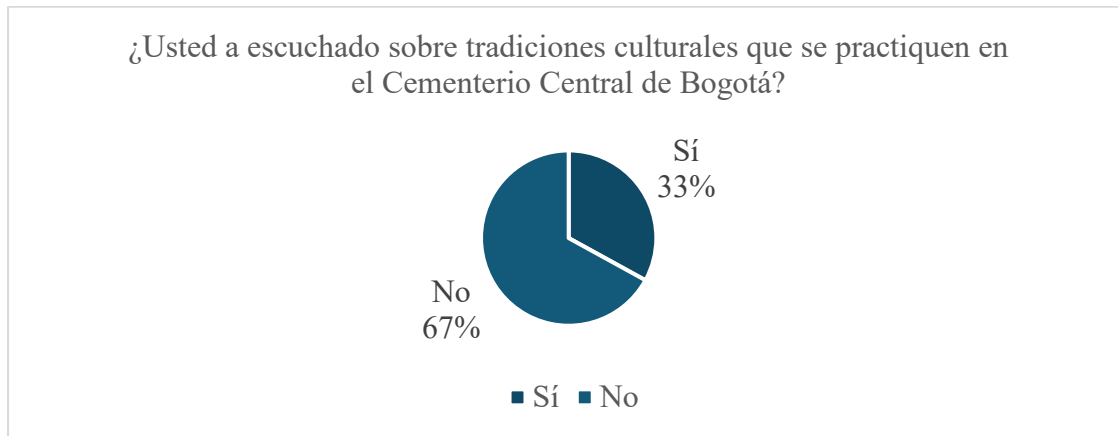
Interés de los visitantes en conocer relatos y sucesos paranormales en el Cementerio Central de Bogotá



La gráfica representa el interés de los visitantes encuestados en conocer relatos y sucesos paranormales ocurridos en el Cementerio Central de Bogotá, como parte de un turismo experiencial. Los resultados muestran que el 77% respondió afirmativamente, el 14% respondió “tal vez” y el 9% indicó que no les gustaría conocer este tipo de relatos.

Figura 19

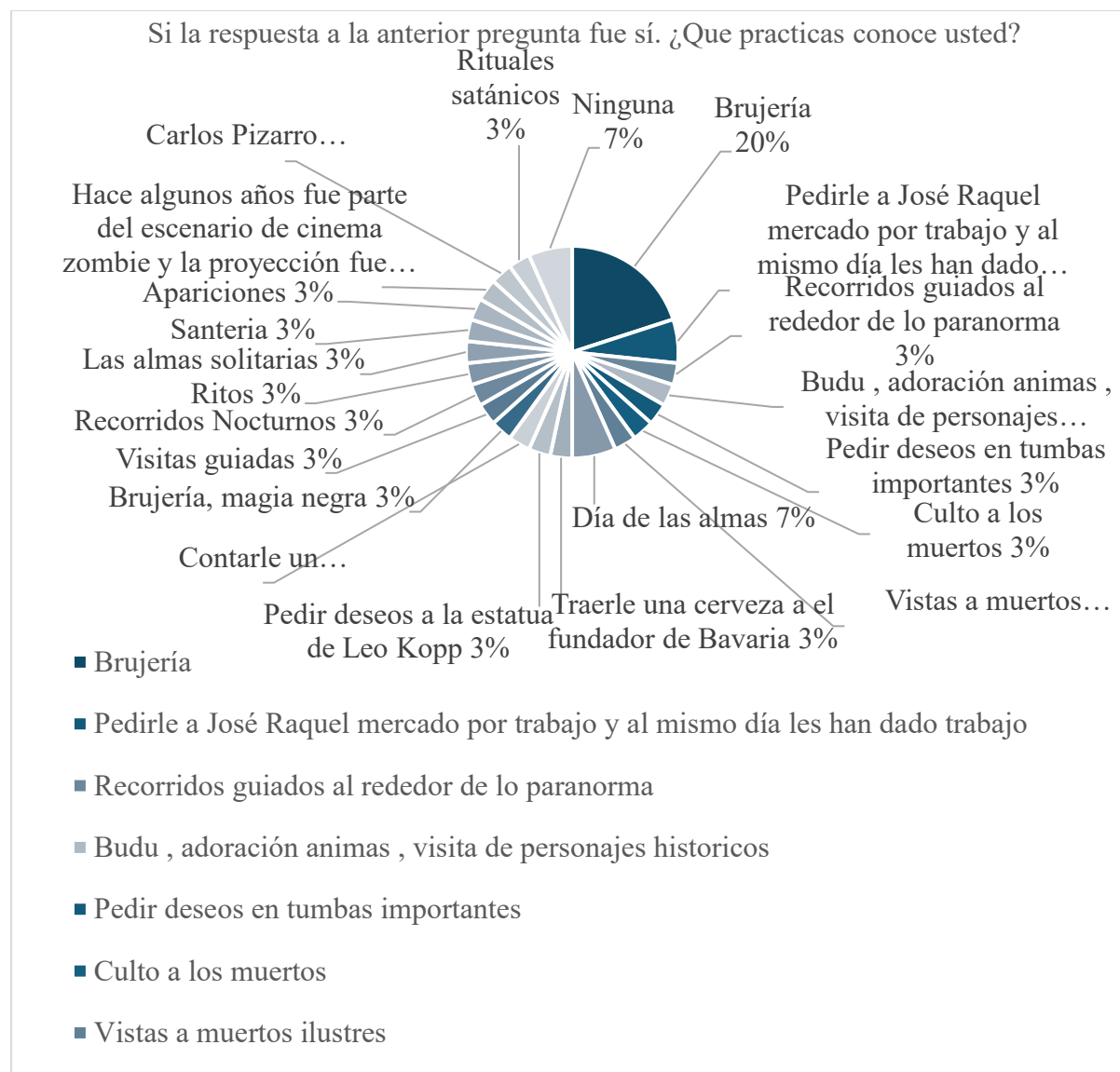
Conocimiento de los visitantes sobre tradiciones culturales practicadas en el Cementerio Central de Bogotá



La gráfica muestra el nivel de conocimiento de los visitantes encuestados sobre tradiciones culturales que se practican en el Cementerio Central de Bogotá. Los resultados indican que el 67% de los encuestados dice no haber escuchado sobre este tipo de tradiciones, mientras que el 33% afirma conocer algunas de ellas.

Figura 20

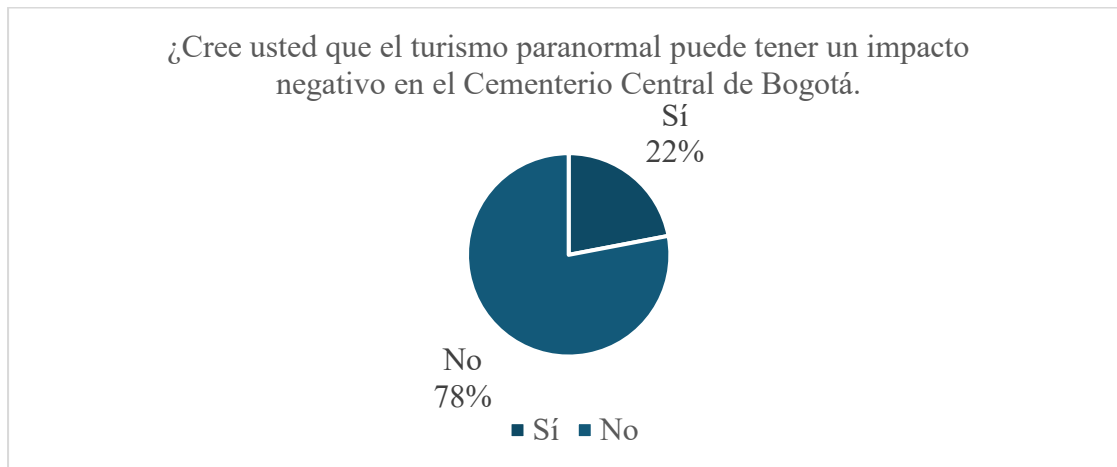
Conocimiento de tradiciones culturales específicas en el Cementerio Central de Bogotá



La gráfica muestra las tradiciones culturales específicas que el 33% de los visitantes encuestados conocían sobre el Cementerio Central de Bogotá. Los resultados revelan que el 20% mencionó la brujería, el 7% pedir a José Raquel mercado por trabajo, el 7% día de almas, el 7% ninguna y el restante de porcentajes es del 3% para las practicas restantes que conocen las visitantes como pedir deseos a la estatua de Leo Kopp, brujería, magia negra, entre otros.

Figura 21

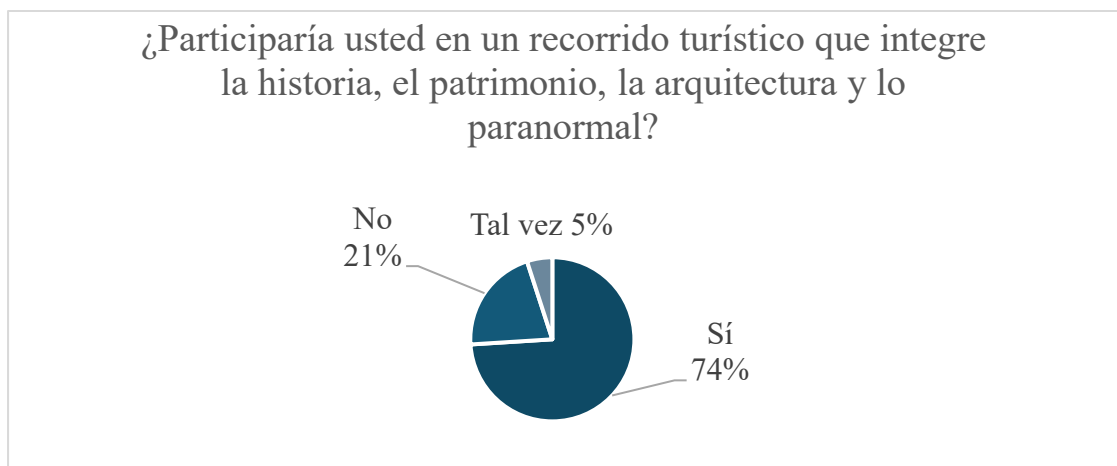
Impacto del turismo paranormal en el Cementerio Central de Bogotá



La gráfica representa la percepción de los visitantes sobre si el turismo paranormal puede tener un impacto negativo en el Cementerio Central de Bogotá. Según los resultados, el 78% de los encuestados considera que no tendrá un impacto negativo, mientras que el 22% opina que sí podría tener consecuencias negativas.

Figura 22

Participación de los visitantes en recorrido turístico integrado en el Cementerio Central de Bogotá



La gráfica muestra la disposición de los visitantes a participar en un recorrido turístico que integre la historia, el patrimonio, la arquitectura y lo paranormal en el Cementerio Central de Bogotá. Según la encuesta, el 74% de los encuestados dijo que sí participaría, el 21% respondió “tal vez” y el 5% indicó que no participaría en dicho recorrido.

El resultado de las siguientes imágenes captura la esencia del Cementerio Central de Bogotá, un lugar que ha despertado el interés de los tanatoturistas gracias a su rica historia y patrimonio cultural. Las fotografías revelan la belleza arquitectónica de los mausoleos y monumentos funerarios, que se alzan como testigos silenciosos de los sueños y aspiraciones de generaciones pasadas. La mayoría de los encuestados en la investigación expresaron su deseo de contar con guías expertos que les ayuden a comprender el significado y la importancia de este patrimonio cultural.

Las fotografías también capturan la infraestructura del cementerio, que si bien se percibe como promedio tiene un gran potencial para ser mejorada y adaptada a las necesidades de los visitantes. Las condiciones sanitarias, aunque calificadas de manera similar, pueden ser optimizadas para garantizar la comodidad y seguridad de quienes se aventuran a explorar este fascinante destino. Estas fotografías son un testimonio vivo de los hallazgos de la investigación, que sugieren un significativo interés en el tanatoturismo en el Cementerio Central de Bogotá. Con las estrategias adecuadas y el apoyo de las agencias de turismo, este lugar puede convertirse en un destino turístico cultural de primer nivel, beneficiando a la economía local y preservando su invaluable patrimonio para las generaciones futuras.

Figura 23

Tumbas



Nota. Fotografía tomada por la autora Rodríguez (2023).

La imagen captura la yuxtaposición entre la muerte y la vida en el corazón de Bogotá. Los muros del Cementerio Central se alzan imponentes, cubiertos de lápidas que cuentan las

historias de quienes yacen en su interior. Pero más allá de estos muros, la ciudad continúa su incesante ritmo, con edificios que se elevan hacia el cielo, recordándonos que la vida sigue su curso incluso en medio de la muerte.

Figura 24

Inmaculada



Nota. Fotografía tomada por la autora Rodríguez (2023).

La imagen de la inmaculada rodeada de flores frescas crea un contraste vibrante con el entorno sombrío del cementerio. Detrás de la figura las lápidas se alinean en silencio, recordando a aquellos que han partido y nos invita a reflexionar sobre la vida y la muerte en un lugar donde la belleza y la solemnidad se entrelazan.

Figura 25

Angeles



Nota. Fotografía tomada por la autora Rodríguez (2023).

La fotografía refleja una tumba que se destaca en el Cementerio Central de Bogotá, donde una figura de dos niñas que hablan entre sí, se acompaña de lapidas que se alinean con la cruz. Lo anterior rememora a aquellos que han partido, mientras que detrás de ellos está una figura de un ángel invocando el silencio y la paz divina.

Figura 26

Santander



Nota. Fotografía tomada por la autora Rodríguez (2023).

La imagen refleja la figura de Francisco de Paula Santander, el Libertador, en el Cementerio Central de Bogotá, rodeado por los cerros y los edificios de la ciudad, creando un contraste entre la vida y la muerte.

Conclusiones

El análisis del interés de los tanatoturistas en visitar el cementerio subraya la importancia de una narrativa cuidadosamente construida en la promoción de estos destinos. Las agencias de turismo pueden jugar un papel fundamental al comunicar de manera efectiva la historia y el valor cultural del cementerio, destacando sus aspectos más fascinantes y significativos. Esta narrativa puede servir como un imán para atraer a los tanatoturistas, generando un mayor interés y curiosidad por explorar estos espacios únicos y enriquecedores.

El conocimiento del interés de los tanatoturistas en visitar el cementerio presenta una valiosa oportunidad para las agencias de turismo de colaborar con expertos locales, historiadores y comunidades para enriquecer la experiencia del visitante. Al trabajar en conjunto estas partes interesadas pueden desarrollar programas de turismo cultural innovadores y auténticos que no solo satisfagan las expectativas de los tanatoturistas, sino que también contribuyan al desarrollo económico y cultural de la región. En resumen, comprender y aprovechar el interés de los tanatoturistas en visitar el cementerio abre un mundo de posibilidades para la industria del turismo, promoviendo experiencias enriquecedoras y significativas para los visitantes y las comunidades locales por igual.

Asimismo, el Cementerio Central de Bogotá emerge como un destino potencialmente enriquecedor para el tanatoturismo, destacando su rica herencia histórica y cultural. Este patrimonio ofrece una plataforma sólida para la creación de experiencias turísticas significativas y educativas. Además, la identificación de tres perfiles de visitantes distintos abre la puerta a estrategias de marketing y programación específicas, adaptadas a las preferencias y motivaciones de cada grupo. Sin embargo, para materializar este potencial es esencial abordar las necesidades de mejora infraestructural que actualmente limitan la accesibilidad y comodidad de los visitantes.

La inversión en infraestructura adecuada no solo mejora la experiencia del turista; también garantiza la preservación del sitio y su legado histórico. La importancia de la educación y la sensibilización no puede subestimarse en este contexto. La implementación de programas educativos tanto para los visitantes como para la comunidad local es fundamental para promover un turismo respetuoso y sostenible. Además, el establecimiento de colaboraciones con diversas entidades abre la puerta a una amplia gama de oportunidades para enriquecer aún más la experiencia turística y fortalecer los lazos comunitarios. En conjunto, estas conclusiones ofrecen un sólido fundamento para el desarrollo futuro del tanatoturismo en el Cementerio Central de Bogotá, destacando su potencial como fuente de ingresos y educación para la comunidad local.

Las futuras líneas de investigación podrían profundizar en el estudio de los diferentes perfiles y motivaciones de los tanatoturistas, así como en la influencia de factores socioculturales y psicológicos en su interés por visitar cementerios. Además, sería relevante investigar cómo las agencias de turismo pueden adaptar sus estrategias de marketing y servicios para satisfacer las necesidades cambiantes de este segmento de mercado, aprovechando herramientas digitales y tecnológicas para crear experiencias más inmersivas y personalizadas.

Finalmente, se podría explorar el impacto del tanatoturismo en las comunidades locales, tanto en términos de desarrollo económico como de preservación del patrimonio cultural; además de las posibles implicaciones éticas y sociales relacionadas con esta forma de turismo. En última instancia, estas investigaciones podrían contribuir a la formulación de políticas y prácticas más efectivas para el manejo y la promoción de destinos tanatoturísticos, fomentando un turismo más responsable y enriquecedor para todas las partes involucradas.

Referencias

- Alex, M. & Ichumbaki, E. (2023). "Unless we Value the Intangible Heritage, the Tangible will never be Safe!" Linking the Tangible and Intangible Aspects of Heritage Sites in Africa. *Heritage & Society*, 17(2), 219-238.
- Chatzigrigoriou, P., Nikolakopoulou, V., Vakkas, T., Vosinakis, S. & Koutsabasis, P. (2021). Is Architecture Connected with Intangible Cultural Heritage? Reflections from Architectural Digital Documentation and Interactive Application Design in Three Aegean Islands. *Heritage*, 4(2), 664-689. <https://doi.org/10.3390/HERITAGE4020038>
- Chen, S. & Xu, H. (2020). The Moral Gaze in Commercialized Dark Tourism. *Current Issues in Tourism*, 24(15), 2167-2186.
- Cubillos, D. (2023). Historia de dos ciudades: simbología de lápidas y tumbas del Cementerio Central de Bogotá en parte de la edad contemporánea y la historia del tiempo presente (1840 a 1915 y 1965 a 2020). Universidad Externado de Colombia.
- Dominiccini, L., Mora, F. y Bohorquez, L. (2023). Social Imaginaries of Tourists in the Ruins of Armero-Tolima. *Polisemia*, 19(36), 35-50. <https://doi.org/10.26620/UNIMINUTO.POLISEMIA.19.36.2023.35-50>
- Dresler, E. (2023). Multiplicity of Moral Emotions in Educational Dark Tourism. *Tourism Management Perspectives*, 46. <https://doi.org/10.1016/J.TMP.2023.101094>
- Gómez, G., Mora, J., Salgado, A. & Bohorquez, L. (2023). Armero: A Multimedia Tour through History and Memory. *Sosquua*, 5, 1-12. <https://doi.org/10.52948/sosquua.v5i1.945>

- IDPC. (2006). *Guía del Cementerio Central de Bogotá: Sector Trapecio*. Corporación La Candelaria.
- Jang, K., Sakamoto, K. & Funck, C. (2022). Dark Tourism as Educational Tourism: The Case of ‘Hope Tourism’ in Fukushima, Japan. En R. Isaac (Ed.), *Dark Tourism Studies* (pp. 104-115). Routledge.
- Kumar, G. & Nair, R. (2022). Conserving Knowledge Heritage: Opportunities and Challenges in Conceptualizing Cultural Heritage Information System (CHIS) in the Indian Context. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 71(6-7), 564-583.
- Lewis, H., Schrier, T. & Xu, S. (2021). Dark Tourism: Motivations and Visit Intentions of Tourists. *International Hospitality Review*, 25(5). <https://doi.org/10.1108/IHR-01-2021-0004>
- Licata, M., Larentis, O., Tesi, C., Fusco, R. & Ciliberti, R. (2021). Tourism in the Time of Coronavirus. Fruition of the “Minor Heritage” Through the Development of Bioarchaeological Sites—A Proposal. *Heritage*, 4(2), 759-774. <https://doi.org/10.3390/HERITAGE4020042>
- Light, D. (2017). Progress in Dark Tourism and Thanatourism Research: An Uneasy Relationship with Heritage Tourism. *Tourism Management*, 61, 275-301. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2017.01.011>
- Lv, X., Lu, R., Xu, S., Sun, J. & Yang, Y. (2022). Exploring Visual Embodiment Effect in Dark Tourism: The Influence of Visual Darkness on Dark Experience. *Tourism Management*, 89. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2021.104438>
- Mora, J., Nieto, A. & León-Gómez, A. (2023). A Bibliometric Analysis and Systematic Review of Dark Tourism: Trends, Impact, and Prospects. *Administrative Sciences*, 13(11), 238. <https://doi.org/10.3390/ADMSCI13110238>
- Mora, J., Martin, A., Salgado, M. y Sánchez, A. (2023). Turismo oscuro en Armero: Una aproximación desde las comunidades. *Revista Hispanoamericana de Historia de Las Ideas*, 57, 21-230.
- Nieto, A., Mora, J. y Bonelo, E. (2021a). Representaciones sobre la memoria de la tragedia de Armero desde las prácticas turísticas. En *Perspectivas turísticas: una discusión entre lo social y lo cultural* (pp. 54-98). Fundación Universitaria San Mateo.
- Ranwa, R. (2021). Heritage, Community Participation and the State: Case of the Kalbeliya Dance of India. *International Journal of Heritage Studies*, 27(10), 1038-1050. <https://doi.org/10.1080/13527258.2021.1928735>

- Seaton, A. (1996). Guided by the Dark: From Thanatopsis to Thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 234-244.
<https://doi.org/10.1080/13527259608722178>
- Skounti, A. (2023). *Tangible and Intangible Heritage: Two UNESCO Conventions*. En C. Cameron (Ed.), *Evolving Heritage Conservation Practice in the 21st Century* (pp. 33-50). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-99-2123-2_3
- Sun, J. & Lv, X. (2021). Feeling Dark, Seeing Dark: Mind-body in Dark Tourism. *Annals of Tourism Research*, 86. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103087>