

**APORTES DE LA MUJER AFRODESCENDIENTE EN EL DESARROLLO DEL
SECTOR TURÍSTICO DE CARTAGENA DE INDIAS DURANTE EL PERÍODO
1990-2018.**

ESTUDIO DE CASO

Presentado por:

ELDA HERAZO DILSON

Dra. EDNA ROZO BELLON
Tutora

FACULTAD DE FINANZAS, GOBIERNO Y RELACIONES INTERNACIONALES
MAESTRÍA GERENCIA PARA EL DESARROLLO – VII cohorte
Abril de 2020

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN

- 1. Marco Teórico**
 - 1.1. Estado del Arte**
 - 1.2. Género y subalternidad: claves para analizar la mujer negra en el turismo desde una perspectiva teórica.**
- 2. Principales hitos en el desarrollo del sector turístico de Cartagena de indias en el periodo 1990-2018**
- 3. Rol y aportes de la mujer afro en el desarrollo del sector turístico de Cartagena de indias en el periodo 1990-2018.**
 - 3.1. La mujer Afro en la promoción de Cartagena como destino.**
 - 3.2. Visibilizando el trabajo de la mujer afro en el turismo de Cartagena de Indias.**
 - 3.3. Buenas prácticas en emprendimientos turísticos de mujeres afro cartageneras.**

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

LISTA DE FOTOS

- Foto 1.** Baluarte San Pedro Mártir después de demolición de metros de muralla.
- Foto 2.** Baluarte de San Pedro Apóstol y tramo de muralla que lo unía al Baluarte de San Pedro en 1928.
- Foto 3.** Barrio Pekín, adosado al baluarte de Santo Domingo en 1930.
- Foto 4.** Barrio Boquetillo, 1928.
- Foto 5.** Hotel Caribe año 1943.
- Foto 6.** Muelle de Los Pegasus 1993.
- Foto 7.** Muelle de Los Pegasus 2008.
- Foto 8.** Transporte urbano 1990
- Foto 9.** Transcaribe 2015
- Foto 10.** Marca Ciudad.
- Foto 11.** Logo CICA VB con el que se promocionó a Cartagena en 1998.
- Foto 12.** Lanzamiento marca ciudad en feria Anato 2011
- Foto 13:** Imagen institucional de Corpoturismo en 2007
- Foto 14.** Imagen institucional de Corpoturismo en página web 2019
- Foto 15.** Imagen promocional de Cartagena en 1992 con mujer negra vendedora en playas.
- Foto 16.** Reportaje especial sobre Mayito, mujer palanquera en 2005.
- Foto 17.** Afiche promocional Festival de Música del Caribe año 1994.
- Foto 18.** Guía de planes turísticos en Cartagena publicada en periódico El Universal, año 2008

ANEXOS

Anexo 1. Mujeres en el sector turismo de Cartagena de Indias según prensa local 1990-2018

INTRODUCCIÓN

Cartagena de Indias es uno de los principales referentes turísticos de Colombia ante el mundo. Es la sede alterna del gobierno central y su centro histórico fue el primer lugar colombiano en entrar a formar parte de la lista del patrimonio mundial cultural y natural de la Unesco, con su declaratoria como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad en 1984 (Sociedad de Mejoras Públicas de Cartagena, 2011).

En 2019 Colombia recibió 4.5 millones de visitantes no residentes, con un crecimiento de un 2.7% con respecto al año anterior, siendo Cartagena el segundo destino más visitado, después de la ciudad Bogotá (MINCIT, 2019).

En la medición 2019 del Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia – ICTRC, Cartagena se ubicó en la tercera posición, con calificación de 6.79 sobre 10, después de las ciudades de Bogotá y Medellín que ocupan el primer y segundo lugar en el ranking (CPTUR, 2019). De acuerdo a este estudio, Cartagena destaca en los factores ambiental, económico y empresarial en la competitividad turística. En lo ambiental, por el apoyo técnico a la oferta de productos turísticos de naturaleza, y en los criterios económico y empresarial, por su infraestructura y la existencia de un número significativo de prestadores de servicios turísticos.

No cabe duda que Cartagena de Indias es hoy en día uno de los destinos turísticos más importantes de Colombia. La Corporación Turismo Cartagena de Indias-CORPOTURISMO y el Plan Sectorial de Turismo de la ciudad (2016-2019) destacan una oferta diversa, que abarca no solo el turismo patrimonial y cultural del centro histórico, sino también el producto náutico, de cruceros, sol y playa, y de reuniones.

El turismo es un renglón importante en la economía de la ciudad. Según cifras del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- MINCIT, para el tercer trimestre de 2019 las actividades de comercio, hoteles y restaurantes representaron el 30 % del total de ocupados en Cartagena. Y en la composición sectorial del PIB del departamento de Bolívar por actividad económica, el sector predominante es el del comercio y hoteles (MinCIT, 2019).

Según el Dane (2019) la tasa de ocupación laboral-TO en Cartagena cerró 2019 en 52.7%, un punto más frente el mismo trimestre en 2018 (TO 51,8%). Y consecuente a lo ya identificado por MinCIT (2019), las actividades de comercio, hoteles y restaurantes

representaron en promedio el 30 % del total de ocupados en Cartagena para el último trimestre de las vigencias 2019 y 2018 (Dane, 2019).

La tasa de desempleo cerró 2019 en 7.5%. Por género, el desempleo femenino fue superior al masculino en 2019, ubicándose en 9,2 frente a una tasa masculina de 5,1%. La tasa de informalidad también fue mayoritariamente femenina en 2019: 54,2% para las mujeres y 51,9% para los hombres. (DNP, 2019). Datos que muestran una desfavorabilidad femenina, pero sin ninguna variable étnica que permita un análisis detallado de la mano de obra de la mujer afro en la ciudad.

No obstante estas cifras, hay que resaltar que en el proceso de consolidación como destino, la preocupación de la élite cartagenera por la protección del centro amurallado y su apertura a la modernidad, liderada en un principio por la Sociedad de Mejoras Públicas de Cartagena-SMP, significó la segregación social de la población local (población eminentemente afrodescendiente). De hecho, Carrillo et al.(2013) documenta como un suceso de gran importancia para el turismo en Cartagena, la erradicación de los barrios Pekín, Pueblo Nuevo y Boquetillo, que eran el albergue de pescadores y artesanos nativos, construidos a lo largo de las murallas del lado norte, entre el centro histórico y el mar. A escasos metros de distancia, se encontraba el barrio Chambacú, habitado también por nativos afrodescendientes, cuya desaparición años más tarde, justificada en la expansión turística y cuestiones de belleza paisajística, es documentada por Deavila (2010).

Estos hechos cimentaron la construcción de dos ciudades. El centro histórico, donde nació la Cartagena protegida por las murallas, pero donde cada vez menos habitan nativos y locales. Y otra, la más extensa, ubicada fuera de las murallas, donde se reubicaron los locales sin la infraestructura urbana, servicios públicos y sociales suficientes en ese entonces.

Efectivamente, este proceso segregacionista sigue vigente, cuando en nombre de la renovación urbana y el desarrollo turístico, la gentrificación en los barrios de San Diego y Getsemaní se sigue acentuando. Para dimensionar este proceso, los datos de Escobar et.al (2017) muestran que en 1777 Getsemaní contaba con una población total de 4.072 residentes, de los cuales el 76%, es decir, 3.102 habitantes eran afrodescendientes. Para 2005 las cifras son las siguientes: de 5.306 habitantes, solo el 28 % son nativos, es decir, 1.485 habitantes.

En cuanto a la población Afro, las cifras del censo 2018 indican que la población que se auto reconoce afrodescendiente se redujo en un 30.8% en el país frente a las cifras de 2005, pasando de 4.311.757 a 2.982.224 personas afrocolombianas. Sin embargo, los departamentos de Valle del Cauca, Chocó y Bolívar siguen concentrando el mayor número de población negra en el país (DANE, 2019).

En Cartagena, según cálculos de la Secretaría de Planeación Distrital con base en los datos del censo nacional de personas y viviendas de 2018, el porcentaje de población que se auto reconoce afrodescendiente también se redujo, pasando de 36.5% en 2005 a solo el 20% en 2018. La mayor parte de la población afrodescendiente se concentra en los corregimientos (especialmente Barú y Boquilla) y la zona sur oriental, bordeando la Ciénaga de la Virgen, que coinciden con ser las zonas de mayor pobreza en la ciudad, según Ayala y Meisel (2016).

Históricamente Cartagena ha sido una ciudad con profunda inequidad económica y social. Las cifras de pobreza y desigualdad muestran que el índice de pobreza en 2015 fue de 26,2%, encontrándose por debajo del promedio nacional (27,8%), pero situándola con la segunda pobreza más alta dentro del grupo de 13 ciudades principales. El coeficiente de Gini fue de 0.467, también por debajo de la cifra nacional (0.522), ocupando el quinto puesto con el Gini más alto, lo que la ubica como una de las ciudades capitales más desiguales en Colombia. (Findeter y BID, 2016)

Es esta población local, mayoritariamente pobre y afrodescendiente, la que se inserta en el sector turístico de manera desigual y residual, desempeñando las labores menos calificadas que se extienden desde lo formal, en servicios generales (aseadores(as), cocineros(as), meseros(as), jardineros(as)) y guías turísticos, hasta la oferta de servicios informales de masajes, trenzas y venta de frutas y dulces.

Las cifras de SITUR-Bolívar (2018) así lo demuestran. Al analizar la medición del impacto de la industria turística del departamento de Bolívar en la generación de empleo durante el trimestre octubre, noviembre y diciembre de 2018, se afirma que del total de 27.259 empleos generados en el trimestre objeto de estudio, predominó el nivel operativo con 19.503 empleos, de los cuales 10.978 son femeninos y 8.705 masculinos. Al observar la distribución por nivel educativo y sexo de esos empleos, se tiene que las mujeres sobresalen en todos los niveles educativos, y que la mayoría de las personas que se

emplearon en el sector registraron solo título de bachiller, lo cual equivale a un 32,2%, seguido por la modalidad técnica y tecnológica con un 24% y 22% respectivamente. (SITUR-Bolívar 2018).

Por su parte, la Política Pública de Mujeres para la equidad de género (2008-2019) del Distrito de Cartagena sostiene que la precariedad de las condiciones del trabajo informal de la mujer cartagenera en el turismo se muestra dramáticamente en el caso de las trabajadoras de las playas. Es un oficio percibido por quienes lo ejercen -mujeres afrodescendientes en su mayoría-, físicamente agotador por las caminatas, las largas jornadas y la exposición al sol, y, que además, no les genera los recursos suficientes que les permita el acceso a la seguridad social. El bajo nivel educativo, la maternidad temprana y las pocas posibilidades de encontrar empleo decente están entre las causas que las llevaron a optar por el trabajo en las playas (PP de Mujeres 2008-2019).

Con respecto al sector hotelero en la ciudad, afirma que “los cargos de recepción y secretaría son ejercidos en la mayoría de los casos por mujeres mestizas con piel clara, mientras que las mujeres negras desempeñan funciones como aseadoras, cocineras, mantenimiento y oficios varios” (PP de Mujeres 2008-2019, pág. 25).

El informe mundial de las mujeres en el turismo 2010 (OMT y ONU Mujeres; 2013) destaca que el sector del turismo ofrece importantes oportunidades para la mujer del sector informal, en tanto a que este generalmente se realiza desde el hogar y permite a aquellas que tienen hijos y familiares ancianos a cargo generar un ingreso. No obstante, también alerta sobre el riesgo al que se exponen de ser explotadas, tratadas injustamente o estar mal pagadas desde la informalidad. Además, dados los vínculos cada vez más estrechos entre el turismo y las industrias del sexo, las mujeres presentan especial vulnerabilidad frente a la explotación sexual, la discriminación sexual, el acoso sexual, la prostitución, la esclavitud y trata de personas.

Y Cartagena no es la excepción. La prostitución, la explotación sexual comercial infantil y el microtráfico de drogas son un flagelo que involucra tanto a locales como a turistas en la ciudad. Numerosos son los reportajes en prensa local, nacional e internacional que evidencian esta problemática que afecta especialmente a mujeres y niños(as). Quizás el de más reciente recordación sea el referido a la operación *Vesta* que desarrollaron conjuntamente la Fiscalía, la Policía y Migración Colombia en 2018, y que dio como

resultado la captura de 18 personas, entre ellas Liliana del Carmen Campos Puello alias la “*Madame*”, señalada como la mayor proxeneta en la ciudad, por inducir a la prostitución a más de 200 jóvenes y trasladarlas al exterior para prestar servicios sexuales (El Espectador; 2018).

Consecuente con lo aquí descrito, el diagnóstico del Plan Sectorial de Turismo para Cartagena (2016-2019), identifica como principales debilidades del turismo, además de la exclusión social y amenazas para la comunidad nativa, la baja cobertura de servicios públicos, la inseguridad por temas de delincuencia, la falta de regulación y de control en el ejercicio de las actividades turísticas, falta de políticas establecidas en turismo social y turismo accesible, deficiencias en la capacitación de las personas que trabajan en el sector (una necesidad prioritaria es el bilingüismo) y la imagen posicionada como destino que cohonesto la prostitución (2016, p.6).

En reconocimiento a esta problemática, el PEMP Murallas y Castillo de San Felipe de Barajas (Resolución 1560 del 22 de mayo de 2018) que en diagnóstico identifica como riesgo el ejercicio de la prostitución en la Torre del Reloj y el baluarte San José, hace un llamado de atención sobre la necesidad de propiciar la inclusión social del nativo/local en el tratamiento al patrimonio:

Las oportunidades giran en torno al tratamiento integral del patrimonio como una forma de mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores. Los bienes de interés cultural no deben ser símbolos de una nación – ciudad excluyente, elitista y para cierto sector de la sociedad. Por el contrario, el patrimonio debe ser símbolo de integración, de inclusión, de bienestar. (p. 225).

Así mismo, Corpoturismo ha logrado la certificación del centro histórico como destino sostenible desde 2015, y desarrolla estrategias de sostenibilidad como “*Cartagena mía*” y la “*Muralla soy yo*”, esta última, encaminada a la prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y jóvenes. “*Cartagena mía*” por su parte, tiene como propósito generar en sus habitantes sentido de pertenencia por la oferta turística de la ciudad, con su implementación, se ha logrado que el/la cartagenero raizal acceda a los servicios turísticos que ofrece la ciudad a un menor precio.

Este contexto evidencia un vacío en torno a las condiciones reales en que se inserta la mujer afro en el sector turístico de Cartagena. Alguna literatura aquí citada (Quintero & Bernal 2005, Deavila 2010, Carrillo et.al 2013, Moreno 2014), muestra que la población

afrodescendiente en general, históricamente ha sido excluida del proceso de construcción de la ciudad como destino turístico. Y si bien hoy día las autoridades locales son cada vez más conscientes de los efectos que esto tiene para la competitividad de la ciudad, la identidad de la población y su interacción con los bienes de interés cultural, la inserción de esta población en el encadenamiento productivo del turismo sigue siendo desventajosa.

Esta ruptura con su autenticidad, ha posicionado a Cartagena entre sus habitantes como un destino elitizado y racista, que expone a la población local que se “rebusca” en el turismo, a la objetivación del consumo. Efectivamente, la prostitución y la explotación sexual infantil, constituyen hoy las principales problemáticas sociales que involucran tanto a locales como a turistas, pero que afectan de manera especial a la mujer afrocartagenera.

Sumado a esto, instrumentos de planeación como la política pública de mujeres y la política pública para la inclusión efectiva de la población afrocolombiana, negra, palenquera y raizal en Cartagena, no cuentan con una evaluación que permitiera determinar, si las medidas tomadas desde la Alcaldía de Cartagena han sido efectivas para mejorar la calidad de vida de la mujer y en particular la mujer afro en la ciudad. Esto se debe, en parte, porque los documentos no incorporaron en su formulación una batería de indicadores que permitiera su monitoreo y evaluación. Y en parte, por la crisis político administrativa que enfrenta Cartagena desde el año 2012, cuando se han sucedido 10 alcaldes en los últimos 7 años, con la consecuente parálisis que tal situación tiene sobre los proyectos de desarrollo en la ciudad.

De acuerdo a Moreno (2014), analizar la dimensión de género en el turismo comprende conocer cómo y en qué contextos las mujeres han sido excluidas de forma intencionada o no, por el desarrollo del sector (p.13). En este escenario, me propongo a través de este estudio de caso indagar y visibilizar los aportes de la mujer afro al desarrollo del turismo de Cartagena en el período 1990-2018, para aportar no solo a la construcción del conocimiento en el área del turismo desde la perspectiva de género, sino también incidir, desde el gobierno local, por una apropiación del turismo más incluyente y sostenible frente a la mujer afro.

En este orden, se precisa que el estudio de caso se aborda desde la perspectiva de los estudios de género y la subalternidad, un concepto propuesto por Antonio Gramsci y trabajado más tarde por Gayatri Spivak desde una perspectiva postcolonial y feminista

(Escribá; 2016). Desde esta óptica, se pretende visibilizar la triple subalternidad de las mujeres afrodescendientes, en razón a su condición de mujer, clase social y pertenencia étnica, para de esta manera, revelar sus voces y aportes en el desarrollo del turismo, más allá de los estereotipos asociados a la estética afro, que han racializado y sexualizado su encuentro con el turismo en Cartagena de Indias.

El contexto geográfico en el que se desarrolla el estudio de caso es la ciudad de Cartagena de Indias D.T. y C., localizada al norte del país, limitando con el mar Caribe al oeste y norte, al sur con los municipios bolivarenses de Turbaco, Turbana y Arjona, al oriente con los de Santa Rosa de Lima, Clemencia y Santa Catalina.

El contexto cultural está constituido por las mujeres afro cartageneras en el sector turismo, quienes se constituyen en el sujeto de análisis en este estudio.

El período de tiempo que abarca el estudio de caso es 1990 a 2018, el cual se determinó en atención a los significativos cambios económicos y culturales del país a raíz de la apertura económica en los años 90:

Con la entrada del país en la lógica neoliberal del nuevo mundo globalizado, las políticas y el desarrollo urbanístico de la ciudad (Cartagena) se concentrará en la implantación de políticas de desregulación de los emprendimientos inmobiliarios y especulativos, de capitales financieros, la privatización y concesión de servicios y bienes públicos -entre ellos playas, islas, bienes patrimoniales, etc.-, dando vía libre al pleno desarrollo y conquista de los territorios por la industria turística e inmobiliaria(Santamaría;2018;p.7).

En los años noventa con la Constitución Política de 1991 Cartagena se categoriza como Distrito Turístico y Cultural y se despliega una gran oferta hotelera en la ciudad, entre ellos los hoteles Santa Clara en 1995 y Santa Teresa en 1996, que abren la puerta a la oferta de hospedajes de lujo en el centro histórico. Ya en el año 1994 había entrado en operación el hotel Las Américas Beach Resort en el corregimiento de la Boquilla, primer hotel ubicado en zona norte de la ciudad y que vendría a posicionarse bajo el esquema del turismo de sol y playa, que comenzó con el histórico Hotel Caribe inaugurado en los años cuarenta en el sector de Bocagrande.

Es un período de importantes cambios urbanísticos y de infraestructura en la ciudad, que abarca también a su territorio insular. Márquez (2019) documenta el progresivo acaparamiento de tierras por nuevos actores económicos y políticos en la isla de Barú a

partir del desarrollo del turismo en Cartagena, lo cual le significó al local, en su mayoría afrodescendientes, pasar de actividades tradicionales como la agricultura y la pesca artesanal, a depender principalmente de la pesca y de las actividades asociadas al turismo. Lo cual evidentemente significó una ruptura en las prácticas del buen vivir de las comunidades nativas.

En este contexto de acelerado crecimiento, que trajo consigo la masificación del turismo en la ciudad con los riesgos socio económicos y culturales que ello supone para el nativo, se ubica la intención de abordar la historia reciente del turismo en Cartagena y cómo se ubica la mujer afrodescendiente en este proceso.

Deavlia (2019) demuestra por ejemplo, que las palenquearas aparecían en prensa asociadas al turismo desde los años 80. Con la masificación del turismo, estas mujeres y todas aquellas trabajadoras informales en playas toman relevancia, pues empiezan a ser visibles como la cara informal que acosa y puede afectar al turismo, convirtiéndose en objeto de intervención y control por parte del gobierno local. Es significativo, el hecho que la administración local en los años 90 haya uniformado a las palanqueras para hacerlas más agradable a la vista del turismo.

Metodológicamente el estudio de caso aquí trabajado es de *tipo instrumental*, cuya finalidad es poner a prueba ciertas hipótesis o inducir teorías explicativas de fenómenos determinados (Pérez & Romero;2016). Su desarrollo se hizo según las siguientes etapas:

Revisión documental: en la cual se recopiló información secundaria procedente del periódico local El Universal de Cartagena durante el periodo 1990-2018, que permitiera identificar por un lado, los principales hitos en el desarrollo del sector turístico de Cartagena de Indias, y por otro, la imagen de la mujer afro en la promoción de la ciudad como destino turístico en el período de estudio.

El Universal es el principal periódico de la ciudad, que ha registrado en sus páginas no solo la cotidianidad noticiosa, sino la historia y crecimiento de Cartagena desde el año 1948 hasta la actualidad. En ese sentido, en sus archivos reposa una memoria histórica de gran valor para la academia local.

La revisión de los archivos para el período 1990-2018, arrojó un total de 484 notas periodísticas relacionadas con el crecimiento urbanístico y del sector turístico en la ciudad. Solo 85 hacen referencia a la participación de la mujer en el sector, registrando la entrada de 48 mujeres, de las cuales solo 10 corresponden a registros de mujeres afro

La información obtenida a través de las notas de prensa se trianguló con la obtenida en las entrevistas a mujeres y actores claves del turismo en Cartagena, así como con la bibliografía referenciada en el trabajo, lo cual permitió ratificar hitos, momentos y hechos importantes en el desarrollo del sector.

Aplicación de entrevistas estructuradas: se realizaron 9 entrevistas, 7 de las cuales fueron a mujeres afro con los siguientes roles: ex-gerente de Corpoturismo, académica local, guía turística, empresaria del sector turismo, dos representantes de las asociaciones de mujeres trabajadoras en las playas de Cartagena (peinadoras y masajistas), y una mujer líder de la Asociación de Mujeres Afrodescendientes del Caribe “Graciela Chá Inés”. Completan las entrevistas dos hombres, ambos ex-gerentes de Corpoturismo y actualmente empresarios del sector en la ciudad de Cartagena.

Este proceso de recolección de información primaria y secundaria, se realizó bajo los siguientes objetivos específicos:

- ✓ Identificar los principales hitos en el desarrollo del sector turístico de Cartagena de Indias en el periodo 1990-2018
- ✓ Establecer los aspectos claves relacionados con el rol y aportes de las mujeres afro cartagenera en el desarrollo del sector turístico de Cartagena de Indias en el período 1990-2018.
- ✓ Visibilizar las buenas prácticas en emprendimientos turísticos de mujeres afro cartageneras en el período de estudio 1990-2018

El desarrollo del estudio de caso no estuvo libre de dificultades. La primera de ellas, relacionada con la profunda desconfianza de las mujeres negras que se desempeñan como trenzadoras y masajistas en playas para acceder a la entrevista, bajo el argumento de sentirse perseguidas por la administración local. Lo cual demandó mayor tiempo en la ejecución de la investigación, para respetar sus ritmos.

Y la segunda tiene que ver con el acceso y tipo de información disponible sobre los emprendimientos turísticos de mujeres afro en Cartagena ante las instituciones competentes. Los registros disponibles en Cámara de Comercio sobre el sub-sector hoteles y restaurantes en la ciudad, por ejemplo, no posibilitan conocer si este es creado o propiedad de una mujer afro Cartagena. Igual situación ocurre con el registro nacional de turismo-RNT.

Frente a esto, y reconociendo la histórica desventaja socio-económica de la población afro en la ciudad, se hizo un mapeo en campo usando técnicas cualitativas de investigación, como el muestreo por efecto bola de nieve, para identificar por lo menos dos buenas prácticas en emprendimientos turísticos de mujeres afro cartageneras en el período de estudio 1990-2018.

El documento está estructurado en cuatro capítulos. En el primero de ellos se aborda el marco teórico, haciendo un estado del arte sobre los principales trabajos académicos en torno a la mujer en el turismo desde el ámbito internacional, nacional y local, afirmando que en Cartagena no hay un estudio académico que analice el papel de la mujer afro desde la perspectiva turística en su historia reciente. Este estado del arte da paso al análisis teórico de las categorías género y subalternidad, como elementos claves para entender el papel de la mujer negra en el turismo.

En el segundo capítulo se describen los principales hitos en el desarrollo del sector turístico de Cartagena, el cual incluye elementos históricos anteriores al período de estudio (1990-2018), en el entendimiento que hay unos hechos de significativa importancia para entender el desarrollo de la ciudad y el turismo, como la declaratoria de Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad, que ocurre en 1984.

De esta manera, para la estructuración del capítulo se recurren a documentos historiográficos, entrevistas a historiadores locales y la revisión de archivos periodísticos, para comprobar que los principales hitos en el desarrollo del sector turístico de Cartagena de Indias en el período 1990-2018 invisibilizan a la mujer afro como actor que capitaliza y construye la ciudad turística.

Por último, en el tercer y cuarto capítulo se analizan desde la prensa, los roles y aportes de la mujer afro en el desarrollo del sector turístico de Cartagena de indias en el período 1990-2018. En este contexto, se aborda a la mujer afro en la promoción de Cartagena como destino turístico y se visibiliza el trabajo de aquellas que desde la formalidad e informalidad han aportado al sector y que la prensa local se encargó de invisibilizar, argumentando como planteamiento central que la mujer afro sigue siendo objeto de estereotipos racializados y sexualizados que invisibilizan sus aportes en el desarrollo del sector turístico de la ciudad y la condenan a la informalidad y subalternidad.

De hecho, Zully Salazar Fuentes es la única mujer afro – pero no cartagenera-que ha estado al frente de Corpoturismo desde su creación en el año 2001. Su nombramiento actuó en ese momento como una política de representación, al romper ella con el techo de cristal de las mujeres negras en un sector cerrado y elitizado en la ciudad.

Sin embargo, esto no significa que haya abierto el camino hacia nuevos liderazgos afros y femeninos en el sector, pues las mayorías de mujeres negras y cartageneras siguen capitalizado el turismo desde la informalidad. Las palanqueras por ejemplo, defienden desde los años 70 su derecho al trabajo en el centro histórico, y aunque hoy día son ya un ícono de Cartagena para el mundo, con un monumento a la entrada del turístico barrio de Bocagrande, es cuestionable aun su inclusión efectiva en la cadena productiva del turismo, cuando les toca recurrir al cobro por cada fotografía que el turista les solicita como recuerdo de su estancia en la ciudad.

En Cartagena prevalece la imagen asociada a la exotización de lo negro en el contexto del turismo. Desde la perspectiva de la promoción turística, fue una constante encontrar folletos, revistas, separatas especiales en prensa local con la imagen de la mujer negra exhibiendo su cuerpo, fritos, dulces y frutas para cautivar visitantes.

Y desde lo institucional, es de significativa recordación el episodio del esclavo encadenado como imagen promocional de Cartagena que usó Corpoturismo en la feria Anato del año 2012. Entidad que consecutivamente viene usando la imagen de la mujer palanquera en este tipo de eventos promocionales de orden nacional e internacional. Por lo

tanto se sostiene que los encuentros turísticos son encuentros siempre racializados, leídos desde la colonialidad del poder.

Producto de esta imagen que desvaloriza lo negro, y que tiene sus raíces en la esclavitud, la mujer afro se enfrenta hoy día en el turismo a un racismo estructural que anula su capacidad de agencia y la expone a situaciones de explotación sexual y comercial como camino para romper con el círculo de pobreza al que ha estado condenada en la ciudad. De ahí que la propuesta sea la reconfiguración de estas asimetrías en el propósito de poder garantizarle un desarrollo diferencial e integral a la mujer afro en el turismo.

1. MARCO TEORICO

1.1.Estado del Arte

Sobre la mujer en el turismo se destaca en primer lugar el *Informe Mundial de las Mujeres en el Turismo-2010* realizado por la OMT y ONU Mujeres (2013). En este informe se devela que en la mayoría de las regiones del mundo, la mano de obra del turismo está integrada en su mayor parte por mujeres, sin embargo, estas tienden a concentrarse en los empleos más humildes y peor remunerados, como la cocina y la limpieza, y, realizan un volumen importante de trabajo no remunerado en negocios turísticos familiares, en razón a que “los empleos del sector turístico suelen ser flexibles y pueden llevarse a cabo en diferentes ubicaciones como el lugar de trabajo, la comunidad o el mismo hogar” (OMT y ONU Mujeres; 2013; p.3).

El informe se articula en torno a cinco áreas temáticas: empleo, emprendimiento, educación, liderazgo y comunidad, y hace un llamado de atención sobre los riesgos globales a los que se exponen las mujeres en este sector: la explotación sexual, prostitución y trata de personas, con el ánimo de promover su empoderamiento y la protección de sus derechos mediante la mejora de las condiciones de trabajo en dicho sector. No obstante, el informe no hace un análisis por categoría étnica que permita identificar una caracterización de la mujer afrodescendiente en el sector turismo.

En el Caribe, el estudio historiográfico de Deavila (2014) sobre el turismo, afirma que uno de los enfoques temáticos a partir del cual se ha estudiado la historia del turismo en esta zona, ha sido desde la perspectiva de género y la sexualidad, y, en particular, desde la dominación del cuerpo de la mujer caribeña afrodescendiente. En su análisis historiográfico refiere que “una de las realidades más dramáticas dentro de la sociedad de plantación era cómo el cuerpo de la mujer caribeña era usado en beneficio del sistema” (p.83), y, citando a Manuel Moreno Fraginalls (2001) explica cómo el cuerpo de la mujer no solo era instrumentalizado como mano de obra, sino también era usado por los amos para satisfacer sus apetitos sexuales y la reproducción de mano de obra. Para concluir entonces que, “actualmente, el cuerpo de la mujer caribeña, y muy en particular, el cuerpo de la mujer afrodescendiente, sigue siendo una fuente de ganancias” (Deavila; 2014; p.83), a lo cual

agregaría, producto de estereotipos e imaginarios racializados que la sociedad de consumo así ha construido.

En Cuba por ejemplo, el estudio de Cotelo et.al. (2016), caracteriza la equidad de género en la actividad turística que se desarrolla en el destino Jardines del Rey a través de métodos y técnicas de investigación cualitativa, para sugerir que, dada la situación actual del destino, donde solo el 36% de la fuerza laboral está conformada por mujeres, con presencia mayoritaria en la categoría de servicios (el 54%), y representación mínima en la de directivos (el 23%), se deben definir políticas específicas que ayuden a superar las barreras culturales de género en la selección y contratación del capital humano en el destino turístico objeto de estudio.

Este estudio de Cotelo et.al. (2016), si bien precisó que “del total de trabajadores, había 195 blancos, 56 negros y 53 mestizos” (p.89), estos datos no clasifican su composición por sexo y por tanto, no hay un análisis específico sobre la posición de las trabajadoras negras en el destino Jardines del Rey.

En el ámbito nacional, sobre Cartagena de Indias son numerosos los estudios y la producción académica sobre la ciudad y el turismo desde una perspectiva histórica, social, sostenible y urbanística. A continuación se reseñan los más recientes, tratando de vislumbrar en ellos, las categorías de género y etnicidad en el turismo.

El trabajo *negras, palenqueras y afrocartageneras, construyendo un lugar contra la exclusión y la discriminación* de Canavate (2010) versa sobre lo que denomina el lugar invisible, subalterno y conflictivo de las mujeres negras afrocolombianas en el movimiento social de mujeres/feministas en el país, una investigación de orden nacional, cuyo trabajo de campo en Cartagena se circunscribió a entrevistas con activistas del comité local de la Red de Mujeres Afrocolombianas y la Asociación de Mujeres Afrodescendientes “Graciela Cha Inés”, que hace parte de la red en mención.

En el texto, Canavate (2010) hace un recuento descriptivo de la Asociación de Mujeres Afrodescendientes “Graciela Cha Inés”, que hoy día centra su trabajo en dos frentes: el de las mujeres vendedoras y peinadoras de las playas de Cartagena, Bocagrande y La Boquilla, y las mujeres de familias desplazadas por el conflicto armado en el

departamento de Bolívar. Sobre el primer frente, el más cercano a los propósitos de este estudio de caso, manifiesta el objetivo de la organización para con este grupo de mujeres, cual es la promoción de formas de asociación que les permita responder al proceso de privatización de las playas, ya que esta concesión de extensiones considerables de playas a las cadenas hoteleras, les restringe el acceso a ellas como vendedoras y masajistas informales.

Este documento si bien reconoce las condiciones de exclusión en las que se encuentran las mujeres palenqueras, su línea de análisis no es el turismo en Cartagena, sino el activismo feminista, para visibilizar los aportes de estas mujeres desde la subalternidad en el marco de los estudios afrocolombianos.

En este mismo sentido se encuentra el artículo de Beltrán (2012), en el que expone los elementos culturales y orígenes históricos que identifican a la mujer palenquera, como reacción a la propongana comercial y turística a la que en su opinión, se ha reducido a esta mujer. En el contexto del turismo, hace referencia a su actividad en las playas de Cartagena y el mercado de Bazurto, diferenciando el tipo de productos que venden en uno y otro lugar, así como los atuendos a vestir en cada uno, afirmando que el turismo “la ha limitado a sus intereses económicos para la proyección de su imagen en la ciudad”.

Frente al estudio de caso, este artículo se queda corto, pues solo abarca como unidad de análisis a la mujer palenquera desde la perspectiva de su identidad cultural, buscando resaltar los roles que las hace visibles.

En 2015 el Ministerio de Comercio Industria y Turismo –MinCIT y el Fondo Nacional del Turismo - FONTUR realizan la caracterización del perfil económico, social y ocupacional de las guías de turismo de la ciudad, para establecer acciones encaminadas a fortalecer integralmente este subsector. En el marco de esta investigación, se identificaron 330 guías con tarjeta profesional y Registro Nacional de Turismo-RNT, de los cuales 269 están activos.

El estudio presenta unas categorías de segmentación, que permitieron clasificar el servicio de guianza en: básico, rezagado, integrales y premium. Así, del universo de guías activos, el 48% (130 guías) se ubicaron en básicos y rezagados, no pudiendo ofrecer un

servicio de alta calidad, en tanto presentan las siguientes características: nivel de estudios técnicos, no manejan bien el inglés u otro idioma, generalmente trabajan como guías independientes, y los rezagados, les toca ceder el turno por la barrera del idioma.

Además, se caracterizaron 209 guías usando metodologías cuantitativas y cualitativas. Algunos datos relevantes muestran que el 71% es hombre y solo el 29% mujer, la edad promedio es de 47 años y el estrato socioeconómico predominante es el dos y tres. El nivel máximo de estudio alcanzado es el tecnólogo, que representa el 32% de los y las guías entrevistadas (MinCIT y FONTUR; 2015).

Aunque la evidencia indica que los(as) guías de turismo en Cartagena son locales y por ende afrodescendientes, y que solo el 29% de ellos son mujeres, estas variables no fueron objeto de análisis en el estudio de MinCIT y FONTUR (2015), que ni siquiera hizo la clasificación por pertenencia étnica del universo de guías entrevistados.

Moreno (2014) aborda el problema de desigualdad social y explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes- ESCNNA asociado a la actividad turística en Cartagena.

En su artículo, hace un marco jurídico nacional del delito de ESCNNA, así como una reseña del trabajo de la Fundación Terres des Hommes-Lausanne sobre la explotación sexual infantil, que incluyó la alfabetización a la ciudadanía local en derechos, la sensibilización a niñas y niños sobre igualdad, y, el trabajo con mujeres líderes sobre los factores de riesgo asociados a la explotación sexual, la violencia intrafamiliar y de género. Además de un proceso de incidencia política y empoderamiento jurídico, que permitiera reconocer que la explotación sexual infantil es un delito y no una de las peores formas de trabajo como lo plantea la OIT, y, su enlazamiento con otros factores causales como son las altas tasas de pobreza, las desigualdades, la tradición social y política de clanes y familias, el problema de gobernabilidad y la discriminación hacia la población afrodescendiente.

En su reflexión teórica, Moreno (2014) advierten sobre los principales retos para consolidar un desarrollo turístico con enfoque de género en la ciudad, que incluye el abordaje de la feminización de la pobreza, la relación entre la degradación ambiental y las desigualdades de género, y, cómo el turismo puede generar beneficios económicos con

efecto distributivo y de inclusión social a la mujer. En este orden, cobra sentido visibilizar los aportes de la mujer afro en el desarrollo del turismo en Cartagena, como se plantea en el presente estudio de caso.

Estrada et. al. (2016) hace una caracterización del mercado laboral en el sector hotelero de Cartagena. En su estudio toma la hotelería como un sector representativo del turismo y a partir de la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) del DANE para el periodo 2009 a 2015, estudia en detalle las características de los empleados del sector como el género, la edad, el nivel educativo y el tipo de ocupación, para Cartagena y algunas de las principales áreas metropolitanas (Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla).

“Los resultados de los datos analizados en este estudio muestran que, para el periodo 2009-2015, en promedio, fue mayor el porcentaje de mujeres (53%) que de hombres (47%) empleados en hoteles”(p 17). Sin embargo, para Cartagena, predominan en el sector los trabajadores hombres con un 54%, sobre las mujeres que alcanzan una participación del 46%. Según el índice de masculinidad implementado, “en Cartagena se emplearon en promedio durante el periodo analizado, 117 hombres por cada 100 mujeres” (p.18).

Los principales hallazgos de Estrada et. al. (2016), muestran que Cartagena tiene un mejor desempeño en los diferentes aspectos estudiados respecto a las demás ciudades. Por ejemplo, presenta la tasa de informalidad más baja en el sector hotelero, cuyo análisis por género señala que son los hombres los que sufren más de la informalidad con el 56%, frente al 44% para las mujeres.

De igual forma, Estrada et. al. (2016) sostiene que el nivel educativo en el sector hotelero, en general, es bajo. Los datos muestran que en Cartagena si bien el porcentaje de personas bachilleres es alto, este porcentaje es menor frente a las demás ciudades analizadas. A su vez, Cartagena es la ciudad con mayor proporción de técnicos, tecnólogos y profesionales en el sector.

Aunque estadísticamente para Cartagena no se discriminan las cifras del nivel educativo por género, en general se afirma que las mujeres empleadas en la hotelería perciben un salario menor que el de los hombres y observa que:

Las mujeres tienen una participación mayor en las categorías técnico/tecnólogo, universitario y posgrado, con lo cual se argumenta que tienen un mayor nivel educativo. En particular para posgrado las mujeres tienen una participación del 60,9% en comparación con los hombres (39,0%). Sin embargo, también se observa que las personas que no tienen ninguna educación son (en mayor proporción) mujeres (Estrada et. al., p.19, 2016).

Más recientemente, el trabajo de Rodríguez (2017) sobre la participación de las mujeres en las gerencias de Cartagena de Indias, realizado sobre una muestra de 379 empresas en la ciudad, arroja que en las medianas empresas, el sector con mayor participación en gerencias femeninas es de hoteles y restaurantes con el 14%, mientras que en las grandes empresas esta participación femenina en el sector baja al 12%.(p.87). Solo en el sector hotelero la participación de la mujer en cargos gerenciales alcanza el 50% respecto a la participación masculina, pero en las gerencias de área, confirmando la tendencia de mayor participación femenina en la medida que se desciende hacia la base de la pirámide organizacional:

En los cargos de presidencia, que corresponde al primer nivel jerárquico dentro de la organización hotelera, encontramos solo a hombres, sin participación femenina. En las gerencias generales que corresponden al cargo más alto dentro del hotel se encontró una participación del 80% de gerencias masculinas, frente a un 20% de gerencias femeninas. Mientras que en las gerencias de área se observa una mayor participación femenina con un 53% frente a un 47% de participación masculina (Rodríguez; 2017; p. 113).

Es importante resaltar que este estudio de Rodríguez (2017) no tuvo en cuenta la categoría étnica en su análisis, por lo tanto, no es posible establecer si las mujeres que acceden a estos cargos gerenciales son nativas afrodescendientes o no.

En 2019, Pérez & Riccardi en el trabajo *La mujer afrodescendiente frente al fascismo del apartheid social en Cartagena de Indias: ¿esperanzas para el cambio en un contexto de histórica discriminación?*, analizan las principales dimensiones de la exclusión socio-económica de Cartagena de Indias y su incidencia sobre la mujer afrodescendiente. Dimensiones que son de carácter económico, educativo, sanitario, territorial, político y racial. Sosteniendo que esta última dimensión, la racial, es quizás la más compleja de tratar y romper, porque la ciudad aun sigue anclada a modelos culturales euro céntricos y coloniales donde se sigue asociando lo “negro” al “pobre” y a la mujer como objeto erótico y exótico. Afirmando entonces que el modelo de desarrollo de Cartagena:

Es un modelo que depreda, excluye e ignora la condición de vida de las poblaciones de origen africana, las cuales quedan de cierta forma guetizadas y marginalizadas en un cordón periférico de la ciudad, según un proceso que Boaventura de Sousa Santos (2004) identificaría como un “fascismo del apartheid social”(pag. 166).

Y que encuentra sus orígenes en la época republicana, a partir de la cual la ciudad mantuvo un contexto político y social afín a lo que Aníbal Quijano (2000) definiría como colonialidad del poder.

Si bien este último estudio de Pérez & Riccardi (2019) es un significativo aporte para comprender las raíces históricas de la exclusión social de la población afro en la ciudad, no hace el análisis de los posibles aportes y roles de la mujer en el desarrollo del turismo en Cartagena.

En general, los trabajos aquí reseñados dan cuenta de lo frágil que es la línea de estudio de la mujer afro en Cartagena y su participación como agente que capitaliza el turismo en la ciudad.

1.2. Género y Subalternidad: claves para analizar la mujer negra en el turismo desde una perspectiva teórica.

Como se citó en la introducción, el estudio de caso se aborda desde la perspectiva de los estudios de género y la subalternidad.

De acuerdo a Moreno (2014), analizar la dimensión de género en el turismo comprende conocer cómo y en qué contextos las mujeres han sido excluidas de forma intencionada o no, por el desarrollo del sector (p.13). No obstante, al analizar esta categoría entrelazada con la diferenciación étnica, esto es la mujer negra, se incorpora el elemento de la estratificación, que de acuerdo a Campbell (2003) crea una pirámide que no solo está marcada por la diferenciación sexual sino también por la distinción racial, que reafirma a lo blanco como prototipo de lo humano en contraposición con lo negro relacionado siempre con lo no humano o lo menos humano. Esta dimensión de doble exclusión es importante desarrollar aquí para su comprensión.

En primer lugar hay que plantear que la categoría de mujeres aquí usada no es esencialista, por lo tanto uso la categoría diferencial de mujer negra o afrodescendiente

precisamente para su visibilización y lo que Curiel (2007) denomina necesaria recuperación de una experiencia compartida de dominación. En el caso que aquí nos ocupa, mujeres negras u afros de la ciudad de Cartagena de Indias en el contexto del turismo

Es esta reconstrucción de una feminidad negra resignificada positivamente en donde ha descansado en gran medida la práctica política antirracista y antisexista que valore los aportes a una historia de la que han sido invisibles, reconozca otros valores no racializados y sexualizados, que permita emprender una solidaridad política convirtiéndose en sujetos políticos capaces de hacer transformaciones sociales desde su propia visión (Curiel; 2007; p10).

De acuerdo a Bonder (1998), el género no es una propiedad de los sujetos ni es un constructo fijo y terminado, condenado a una perpetua repetición, en su defecto, se admite como una categoría atada a la subjetividad, por lo tanto es necesario detectar y explicar cómo los sujetos asumen roles de género en y a través de una red compleja de discursos, prácticas e institucionalidades históricamente situadas, que le otorgan sentido y valor a la definición de sí mismos y de su realidad. Se dimensiona entonces el género como un elemento constitutivo de las relaciones sociales, sin desconocer que también es un idioma a través del cual se expresan relaciones de poder en las sociedades y con ella, el carácter subalterno de la mujer afrodescendiente.

Entonces, al indagar por el cómo se asumen las mujeres afro, es claro que hechos históricos tales como la colonización y la esclavitud hacen que el ser mujer negra sea una situación desvalorizada, despreciada y muchas veces objeto de discriminación. Pero también es claro que es justo esta historia la que construye identidad y reafirma positivamente el mundo subjetivo de la mujer afro, más allá de sus componentes estéticos y estereotipos compartidos. Con lo cual quiero decir que no se trata sólo de una forma característica de vestir o de un rasgo fenotípicamente acentuado, es la historia de esclavitud, explotación y subordinación la que hay que comprender para dimensionar el significado de la mujer negra.

En este sentido, Campbell (2003) afirma que las relaciones económicas condicionan las dinámicas sociales y culturales de los pueblos, y en ellas se manifiestan las relaciones de poder en las sociedades y se justifican las subordinaciones de unos grupos sobre otros. Cuestión que ya había sido abordada por Quijano (2000) desde una perspectiva

eurocentrista, al analizar como la idea de raza fue un modo de otorgar legitimidad a las relaciones de dominación impuestas por la conquista y posterior colonia:

Históricamente, eso significó una nueva manera de legitimar las ya antiguas ideas y prácticas de relaciones de superioridad/inferioridad entre dominados y dominantes. Desde entonces ha demostrado ser el más eficaz y perdurable instrumento de dominación social universal, pues de él pasó a depender inclusive otro igualmente universal, pero más antiguo, el inter-sexual o de género: los pueblos conquistados y dominados fueron situados en una posición natural de inferioridad y, en consecuencia, también sus rasgos fenotípicos, así como sus descubrimientos mentales y culturales (Quijano, 2000, p. 203).

Desde la perspectiva de Quijano (2000), la dualidad superioridad/inferioridad impuesta por el análisis eurocentrista de la colonialidad del poder, se extiende a las relaciones de género, también de dominación, al sostener que:

En adelante, el lugar de las mujeres, muy en especial el de las mujeres de las razas inferiores, quedó estereotipado junto con el resto de los cuerpos, y tanto más inferiores fueran sus razas, tanto más cerca de la naturaleza o directamente, como en el caso de las esclavas negras, dentro de la naturaleza (Quijano, 2000, p. 225).

Se podría decir entonces que esta colonialidad del poder legitimó, a partir de la conquista, una estructura racista y sexista de la sociedad. Situación que bien retoma Deavila (2014) al analizar las implicaciones económicas, políticas y sociales del turismo desde la comparación con el sistema de plantación y la consecuente dominación del cuerpo de la mujer caribeña afrodescendiente en la evolución del desarrollo histórico del turismo en el Caribe.

La historia del Caribe se forja a través de los lazos del comercio. De acuerdo a García (2002), entre 1492 y 1873, el Caribe logró constituir una “comunidad histórica fuertemente ligada por rasgos comunes, enlazada por un sistema de circulación mercantil que conectaba entre sí a las Islas de las Antillas, las regiones vecinas de la tierra firme, la costa occidental de África y la península Ibérica”(P.32), el llamado triángulo comercial que por un lado impulsó la industrialización del viejo mundo, a raíz de la gran acumulación de capital que generó el sistema de la plantación¹ azucarera en el Caribe con mano de obra

¹ La economía de plantación, tuvo diferentes ritmos y dimensiones entre el Caribe insular y continental. Fue en la zona insular donde tuvo su máxima expresión capitalista: gran inversión de capital, tecnología sofisticada, producción a gran escala orientada a la exportación, y mano de obra esclava. Vale decir entonces que como sistema, la plantación se desarrolló primero en las islas del Caribe Inglés y Francés, y solo de manera tardía, en las islas del Caribe Español, especialmente en Cuba. Ver: Benítez Rojo Antonio, *Las Islas que se repite*. Editorial Casiopea, Barcelona 1998.

africana. Y por otro, impactó profundamente la estructuración de las sociedades Caribeñas a partir del proceso de mestizaje que este intercambio comercial trajo consigo.

En este contexto, Cartagena de Indias aparece como ciudad puerto, cuya fundación y génesis, estuvo determinada como un centro de contratación que diera facilidades a los comerciantes, esto es, un punto de entrada y salida de mercancías: oro, plata y esclavos fundamentalmente. Esta vocación predominantemente comercial le asignó a la ciudad un carácter mestizo, que hizo de ella un lugar más de blancos, negros, y comerciantes de otras partes del mundo, como los sirio-libaneses, y menos un lugar de indígenas.

La intensa trata negrera de la colonia, encuentra en el pueblo cimarrón de Palenque, una de sus más vivas consecuencias culturales en la Cartagena de hoy, a la que en lugar de flotas, llegan modernos cruceros, que nos siguen conectando al espacio Caribe y al mundo, esta vez, bajo las redes internacionales del turismo con la cálida recepción de la icónica mujer palenquera.

En consecuencia, como lo sostienen Pérez.& Riccardi (2019), la parcial replica de esta estructura de la colonialidad del poder, “es un factor clave para comprender que las actuales condiciones de las mujeres afro cartageneras, tienen un significativo componente histórico, que se refleja en su diaria subalternización a través de sus condiciones socio-económicas, raciales y de género” (p.173).

La subalternidad es un concepto propuesto por Antonio Gramsci y trabajado más tarde por Gayatri Spivak desde una perspectiva postcolonial y feminista (Escribá; 2016). De acuerdo a Chakravorty & Giraldo (2003) “El subalterno no es un sujeto que ocupa una posición discursiva desde la que puede hablar o responder. Como indica Spivak, es el espacio en blanco entre las palabras, aunque el que se le silencie no significa que no exista” (p.298).

Y efectivamente, si bien la discriminación racial y de género, así como la condición socio-económica, entre otros factores, pueden estar condicionando la sistemática marginalización de las mujeres afrodescendientes en Cartagena, esto no puede significar en ningún momento que se le desconoce su capacidad de agencia para alzar su voz y acceder a acciones afirmativas de autoderminación o en el peor de los escenarios, para sobrevivir voluntariamente en lo que Pantojas (2013) denomina las “industrias del pecado”. En dichas

industrias, la mujer negra haciendo uso de su cuerpo sexualizado, garantiza para ella, una pequeña parte del recurso económico que ingresa a la ciudad con la llegada de los turistas.

Deavila (2014), citando a Kempadoo (1999) había alertado sobre la capacidad de agencia de la mujer esclava en el Caribe, quien usaba sus servicios sexuales para la manumisión graciosa o para auto comprarse la libertad:

Kempadoo afirma que el trabajo sexual en el Caribe inicia con la esclavitud y el control que el poder europeo ejercía sobre el cuerpo de la mujer africana desde el siglo XVI. La dominación se hacía extensiva a la mujer libre, inclusive. Después de que fuera una mujer de color, era esperado que concediera servicios sexuales a cualquier hombre blanco. Esta realidad creó una intersección temprana entre sexo, trabajo, poder y explotación. Kempadoo, sin embargo, no desconoce el carácter activo de la mujer caribeña y como ellas tuvieron agencia sobre sí mismas, utilizando sus cuerpos para reconfigurar las dinámicas del poder colonial y para sobrevivir en momentos de austeridad económica. A través de la prostitución, mujeres esclavas fueron capaces de auto emplearse, y eventualmente de costearse su propia libertad. No fueron pocas las que utilizaron sus servicios sexuales para cultivar la posibilidad futura de una manumisión graciosa, esto es, que el amo les concediera unilateralmente su libertad (Deavila; 2014, p.84).

Para el caso de Cartagena, coincido con Padilla (2008) al sostener que existe una “*fetichización de la cultura negra*” producto del turismo de masas que ahoga a la ciudad y que reduce a la cultura negra y en ella a la mujer, a lo exótico, un objeto erótico de consumo por parte del turista.

La población negra, pues, no tiene derecho a vivir en el centro de la ciudad sino a ser objeto de comercio de sus cuerpos para los turistas, no sólo en términos de sexo sino de sus bailes, deportes y demás expresiones artísticas. La relación con los turistas nunca será igualitaria en el caso del practicado entre los procedentes de países “desarrollados” y los “dependientes”, porque siempre estará mediada por la suposición de superioridad y capacidad de compra de lo “exótico”, sin que se puedan dar intercambios culturales genuinos (Padilla;2008; p. 90).

En ese orden, sostengo entonces que en el contexto del turismo de Cartagena de Indias, los encuentros turísticos son encuentros siempre racializados, leídos desde la colonialidad del poder y sometidos a la subalternidad. En una ciudad en el que lo negro sigue siendo inferior y exótico, el tema del turismo incluyente, sostenible y responsable debe ser una apuesta constante.

El turismo actual es más activo que contemplativo, pone cada vez más de presente el valor intangible de la vivencia, significado e imaginario particular de cada ser humano,

que bajo la condición transitoria de turista, visita, recrea y reconfigura espacios según sus prácticas de relación con el entorno y el habitante local.

Este turismo posmoderno, trae consigo el debate ético por la objetivación y comercialización tanto de prácticas culturales como de lugareños, y con ello, los riesgos asociados a la actividad turística, que en el caso de las mujeres negras se circunscriben básicamente a la prostitución, la explotación sexual, y, el microtráfico de drogas, lesivo no solo para la mujer que accede voluntariamente o no, sino también para la sostenibilidad del destino.

Por lo tanto, uno de los retos hoy como destino, es cómo bajo la lógica capitalista es posible la construcción de modelos de turismo que promuevan la valoración y desarrollo del territorio, en clave de prácticas turísticas constructivas y amigables con la naturaleza, y las dinámicas sociales y culturales propias del destino. Que integre la dimensión subjetiva del acto turístico y a la vez, la re-significación del mismo como un encuentro cultural de respeto con el local y su cultura. Y por supuesto, un turismo que impacte positivamente en la superación de inequidades sociales, promoviendo responsablemente la inserción del habitante local (hombres y mujeres) en las cadenas productivas que el turismo genera.

Muy seguramente en el tema de la inclusión y la sostenibilidad turística hay mucho por hacer aun en Cartagena. Y quizás una de las rutas impostergables sea la superación de las inequidades sociales de sus habitantes, que es realmente la gran muralla que obstaculiza el desarrollo de la ciudad y su gente. En este sentido también opina uno de los primeros directores de Corpoturismo y empresario, además, del sector:

El turismo tiene que tener un propósito. Y el propósito desde mi punto de vista está ligado con obviamente que los turistas tengan aquí una estancia fenomenal, pero el propósito también está relacionado con el desarrollo de las comunidades que viven en la ciudad. (Entrevista Luis Ernesto Araújo, 2019)

En estas condiciones, pensar el desarrollo diferencialmente para la mujer afro, significa poder reconfigurar las asimetrías con las que históricamente se ha venido insertando en el turismo. Ello pasa por reconocer que hoy día el turismo posmoderno no puede seguir capitalizando encuentros turísticos racializados, que leídos desde la colonialidad del poder y la subalternidad, la condenan a dos escenarios: la mujer afro sometida a la informalidad

de la cadena productiva del turismo y la mujer afro cuyo cuerpo erotizado y exotizado es objeto de promoción turística, ambas cuestiones se desarrollan en el próximo capítulo.

Así mismo, es importante resaltar que esa subalternidad de la mujer negra también se manifiesta en el racismo estructural del que es víctima y en el cual esa estética afro exótica y provocadora, resulta ser al mismo tiempo insuficiente y vulgar para acceder a ciertos espacios y roles. Es una discriminación en función al color de la piel, el género y la extracción social que golpea y hace el camino de la movilidad social más largo y complicado para la mujer afrocartagenera.

En el turismo, las condiciones para esa movilidad tienen una fuerte connotación racial, en el sentido que sin el acceso a una buena educación bilingüe y el desmonte de esos imaginarios estereotipados sobre lo negro, tanto de turistas como de los empresarios del sector, es impensable la llegada próxima de una mujer afro cartagenera al nivel directivo del turismo en la ciudad.

Por lo tanto, el techo de cristal al que se enfrentan las mujeres negras en el turismo, tiene componentes estructurales, referidos a las deficiencias en la garantía de derechos básicos (salud, educación, alimentación, etc.), así como un componente de esquemas raciales y sociales sobre el lugar que la gente (empresarios del sector) cree debe ocupar la mujer en razón a su color de piel. De ahí que se normalice ubicarlas en los servicios generales y la informalidad de una masajista o bailadora exótica en eventos.

Para concluir podríamos afirmar entonces, que en pleno siglo en el que la igualdad en derechos es la máxima, la sociedad cartagenera sigue anquilosada en prácticas coloniales excluyentes y racistas que afectan prioritariamente el proyecto de vida de muchas mujeres afrodescendientes en el turismo.

2. PRINCIPALES HITOS EN EL DESARROLLO DEL SECTOR TURÍSTICO DE CARTAGENA DE INDIAS EN EL PERÍODO 1990-2018

Si bien el presente estudio se centra en la historia reciente (1990-2018), para la historiadora Estela Simancas, hay unos hitos anteriores a este período de significativa importancia para entender el desarrollo de la ciudad y el turismo, que son: la expansión urbanística de Cartagena entre 1920-1950, la creación de la Sociedad de Mejoras Publicas, el traslado del mercado público en la década del 70, y, el reconocimiento de Cartagena como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad que es en el año 1984. En entrevista, así se refirió sobre el tema:

Hay que encontrar los antecedentes del turismo en Cartagena, en la expansión urbanística que vivió la ciudad entre 1920-1950. Entre el año 1920-1935 la ciudad vivió un crecimiento por fuera del sector amurallado, por un lado el crecimiento se dio por fuera de lo que hoy es la avenida Santander, en un crecimiento que yo llamo de doble vía, un crecimiento para las elites y un crecimiento para el sector popular. Desde ahí comienza también esa visión dual que tenemos de la ciudad. Para mí esto incide fundamentalmente en el turismo, porque desde allí empieza también el turismo a tener una connotación racializada sobre qué espacios debían ser mostrados con determinada imagen y qué espacios no debían ser visualizados con determinadas corporalidades. A lo que me refiero particularmente es que las corporalidades negras no cuentan desde el principio en esa vocación turística de la ciudad. Porque así como ocurre con Pekyn, Pueblo Nuevo y Boquetillo que son trasladados en 1930 a lo que era Chambacú, va a ocurrir también con Chambacú ese mismo desplazamiento entre los años 1950 a 1960 (Entrevista Estela Simancas, 2019).

Y efectivamente, documentado está que las primeras décadas del siglo XX marcaron el renacimiento de Cartagena después de la ruina política, económica y urbana en la que quedó sumida la ciudad y especialmente su centro a finales del siglo XIX como producto de las guerras de independencia (Cunin, 2003).

De acuerdo con Carrillo et.al. (2013), en este período, el eje principal de la ciudad de Cartagena sería el puerto y su conexión con el Caribe y el Canal del Dique, a través del ferrocarril Calamar–Cartagena. En ese entonces, ya se vislumbraba su valor estratégico e histórico para el desarrollo del turismo.

Prueba de ello, fueron los vapores internacionales que desde 1909 empezaron a zarpar (aunque tímidamente) en territorio cartagenero. Al respecto, el periódico “El Porvenir” de Cartagena anotó: “según se nos informa tocará a nuestro puerto el vapor Avon de la Royal Mail, con cerca de 300 turistas”, situación que también se informa el 9 de marzo de 1911 y en febrero de 1912, con el arribo del vapor Laurentic de la compañía White Starlie con 425 turistas (Carrillo et al., 2013, p. 193).

El renacimiento de Cartagena en las primeras décadas del siglo XX, se refleja en el crecimiento poblacional, que obliga a su expansión urbana por fuera de las murallas para que la ciudad abriera las puertas a la modernidad.

El discurso de la modernidad se convierte entonces en el principal argumento para el derrumbamiento de varios fragmentos del cordón amurallado. Así, entre 1883 y 1924, fueron destruidos: la Puerta de la Media Luna en 1884, que junto con los baluartes de Santa Teresa, Santa Bárbara y San Antonio unía a Getsemaní con el Pie del Cerro; en 1887 se destruyó el Revellín del Cabrero; en 1904 los baluartes de Barahona y Santa Isabel que cerraban Getsemaní por el Arsenal; en 1905 la contramuralla interior entre el Reducto y San José, además de una apertura de la muralla al final de la calle larga. En 1910 fue destruida la cortina exterior de la muralla entre San Ignacio y San Javier, y, entre 1916 y 1924 se derribó el tramo de la muralla próximo a la Matuna y los baluartes San Pedro Apóstol, San Pablo, San Andrés y parte del San Pedro Mártir (Fortificaciones Cartagena, 2017) .

Foto 1. Baluarte San Pedro Mártir después de demolición de metros de muralla.



Fuente: Fortificaciones Cartagena (2017)

Foto 2. Baluarte de San Pedro Apóstol y tramo de muralla que lo unía al Baluarte de San Pedro en 1928.



Fuente: Sociedad de Mejoras Públicas de Cartagena (2011).

No obstante, para algunos sectores de la élite cartagenera la destrucción de las murallas se constituía en un serio ataque en contra del ornato y la herencia colonial de la ciudad. En este contexto surge la Sociedad de Mejoras Públicas (SMP) en 1923 como uno de los primeros intentos de un sector dirigente de Cartagena por establecer políticas de preservación y fomento de las riquezas patrimoniales de esta ciudad, entre ellas las murallas.

Las Sociedades de Mejoras Públicas-SMP nacen en las ciudades más importantes del país con el objeto de acompañar los procesos de modernización y expansión urbana, a través de obras de interés general como el embellecimiento, la limpieza, la higienización, la construcción de vías, la creación de parques y áreas de esparcimiento público (SMP de Cartagena, 2011). En Cartagena fue uno de los organismos más importantes en los inicios del turismo, ocupándose de la protección de las murallas.

De hecho, con la sanción de la Ley 32 de 1924 se autorizó a la SMP de Cartagena velar por la conservación de los monumentos históricos de la ciudad. Progresivamente, la SMP contribuyó a la afirmación de la vocación turística de la ciudad, “llega a encargarse directamente de un balneario en el barrio Crespo y añadió a su doble papel de conservación del patrimonio y mejora del entorno urbano, el de promoción de la playa como estrategia de atracción turística” (SMP de Cartagena, 2011, p. 24).

De esta manera la SMP de Cartagena, actuando mancomunadamente con la entonces Oficina Central de Turismo (OCT)², realizó esfuerzos para el desarrollo del turismo y por medio de sistemas de difusión como la revista de la Cámara de Comercio y folletos de todo tipo, buscaron promocionar a la ciudad de Cartagena, resaltando los destinos y la belleza de la ciudad (Carrillo et al., 2013).

Así mismo, la SMP favoreció a la organización del turismo en Cartagena con la gestión de los recursos obtenidos gracias al precio de las entradas de los monumentos que se utilizan para la conservación del patrimonio. Las únicas modificaciones que aceptó en las murallas, posteriormente, se justificaron por el uso turístico, como la apertura de una puerta en el sector de las Bóvedas para dar acceso a las playas al turista (Cunin y Rinaudo, 2005).

Para este mismo período, tuvo lugar un suceso de gran importancia para el turismo en Cartagena, y es la erradicación de los barrios Pekín, Pueblo Nuevo y Boquetillo del centro. Estos improvisados barrios, albergue de pescadores y artesanos, construidos a lo largo de las murallas del lado norte, entre el centro histórico y el mar, fueron trasladados a la zona sur-oriental de la ciudad como parte del proceso de renovación urbana del centro (Carrillo et al., 2013).

La SMP de Cartagena intervino en la relocalización de estos barrios. También “participó en el proyecto de construcción de la avenida Santander que bordearía la costa en dirección oriente-occidente al pie de las murallas y conectaría el aeropuerto al oriente con el barrio turístico de Bocagrande al occidente” (SMP de Cartagena, 2011, p. 21).

² Creada por el Gobierno Nacional mediante la ley 86 de 1931, adscrita al Ministerio de Industria y Comercio (Carrillo, Cabarcas, Vargas y Puello, 2013 p. 195).

Foto 3. Barrio Pekín, adosado al baluarte de Santo Domingo en 1930.



Foto 4. Barrio Boquetillo, 1928.



Fuente foto 4 y 5: Sociedad de Mejoras Públicas de Cartagena (2011).

El patrimonio y principalmente las murallas justificaron el papel de agente de las políticas públicas urbanas de la SMP y la concentración de estas políticas en el centro histórico. En efecto, para 1944 el entonces Ministerio de Obras Públicas le delegó a la SMP de Cartagena la función de indicar las zonas de la ciudad que debían declararse de servicio público y la elaboración del plano de la ciudad futura (SMP de Cartagena, 2011).

Por lo tanto, la SMP jugó un papel clave en el desarrollo urbano del centro histórico y la modernización del tejido vial que hoy tenemos a su alrededor. Con lo cual, se reafirma lo expresado por Cunin y Rinaudo (2005), en el sentido de reconocerle a la SMP una actuación oscilante entre defensa del patrimonio, política urbana y promoción turística de Cartagena.

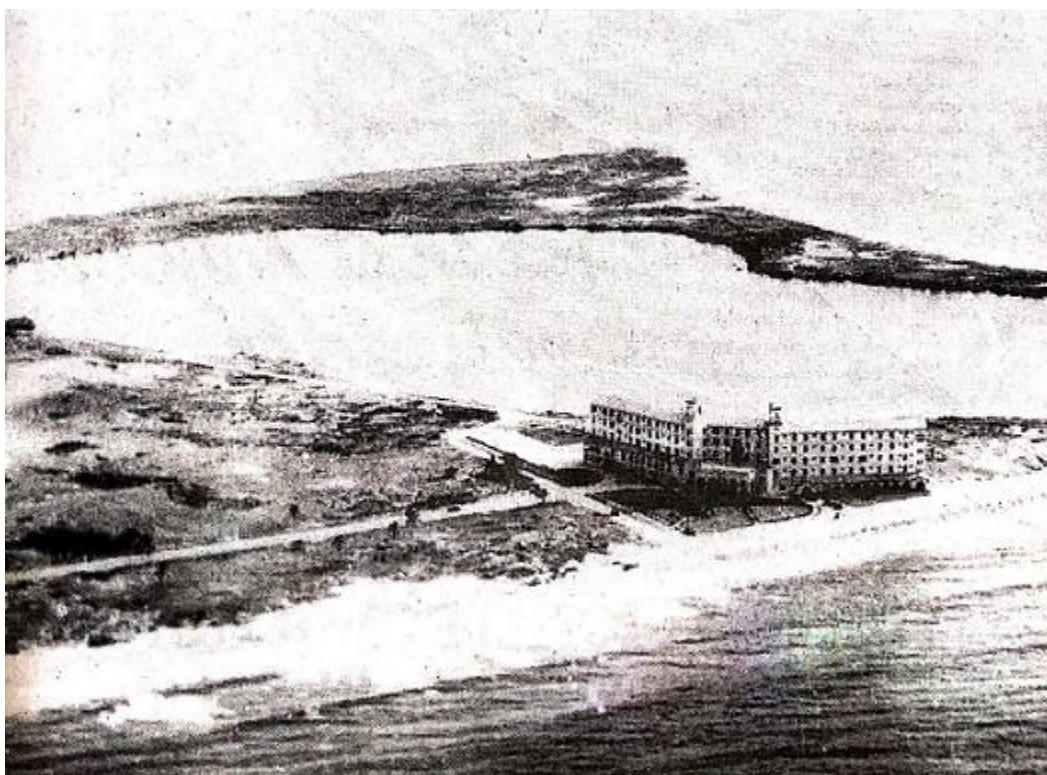
Sin embargo, actualmente la SMP de Cartagena se dedica más a funciones de exaltación del civismo, la identidad y la cultura ciudadana, toda vez que las funciones de administración de los bienes de interés cultural (BIC) de Cartagena fueron asignadas a partir del año 2012 a la Escuela Taller de Cartagena –ETCAR.

Otro hito importante que potenció la actividad turística en Cartagena lo constituye la construcción en 1941 del Hotel Caribe, el primero en la ciudad en ajustarse a las características que requerían los estándares hoteleros internacionales. Con su inauguración en 1949, se da inicio a la expansión turístico-urbanística hacia el sector de Bocagrande.

De hecho, Deavila (2019) sostiene que el Hotel Caribe fue parte de estos primeros esfuerzos para impulsar el desarrollo turístico en la ciudad:

Los gobiernos locales y departamentales se unieron a la causa desde el principio. La empresa de hecho nació como una asociación público-privada. En junio de 1938, la Asamblea de Bolívar declaró que la construcción del hotel era una prioridad pública y, por lo tanto, ordenó al Departamento comprar 120,000 pesos de acciones hoteleras y otorgar una exención fiscal de diez años(Deavila; 2019, P.40).

Foto 5. Hotel Caribe año 1943.



Fuente: El Universal, junio de 2002

Normativamente, la Ley 48 de 1943, por medio de la cual se fomenta el turismo en Colombia y se crea la Dirección Nacional de Turismo, es un momento clave, toda vez que

en el marco de esta ley se declara a Cartagena como primer centro turístico del país, generando las condiciones para la puesta en marcha de una ciudad turística (Carrillo et al., 2013, p. 196). Estos mismos autores, sostienen a su vez, que:

Uno de los eventos que viabilizó una mayor planeación y desarrollo de la actividad turística en Cartagena, fue la realización del Seminario Turístico organizado por la ANDI en el año 1968, en el cual se trataron temas relacionados a la restauración de fortificaciones, construcción de vías, hoteles, erradicación de tugurios, entre otros problemas y proyectos necesarios para el fomento y desarrollo del turismo en la ciudad (Carrillo et al., 2013, p. 202).

A partir de este evento, se abre paso a un amplio período de mejoramiento de las condiciones turísticas de Cartagena y los servicios que se ofrecen. Una de esas mejoras es el traslado del mercado público de Getsemaní que se hizo efectivo en 1978. En cuyo lugar se construyó el Centro de Convenciones de Cartagena—hoy denominado Julio César Turbay Ayala- y presentado por aquel entonces como el más grande de América Latina. Actualmente este centro de convenciones es el eje articulador del turismo de negocios y convenciones en Cartagena.

Indudablemente, el hito de mayor significancia para Cartagena como destino turístico es su condición de Patrimonio Histórico y cultural de la Humanidad declarado por la UNESCO en 1984, siendo el primer lugar colombiano en entrar a formar parte de la lista del Patrimonio Mundial Cultural y Natural con la denominación de “Puerto, Fortaleza y Conjunto Monumental de Cartagena”. Tal declaratoria, si bien catapultó el centro histórico al mercado turístico mundial, al mismo tiempo le impuso a Cartagena grandes retos para preservar la calidad y sostenibilidad del destino.

Estos dos hitos: traslado del mercado público de Getsemaní y la declaratoria de Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad, derivarían en opinión de Estela Simancas, en el proceso de gentrificación que hasta hoy día viven los céntricos barrios de San diego y Getsemaní.

El desplazamiento de presencias negras de Getsemaní y de San Diego es de la década de los 90 hacia acá. Se inicia toda una política de recuperación del espacio en Getsemani, empieza a sanearse Getsemani de la visión delincuencia que siempre tuvo. Tu puedes contar las viviendas que están en manos de personas nacidas en Cartagena en San Diego y ese mismo fenómeno que comenzó en San Diego ahorita pues se está viviendo con claridad entre los años 2000 a lo que va del 2019 en Getsemaní (Entrevista Estela Simancas,2019).

Para el periodo más reciente, los años noventa, ocurre un hecho de especial importancia para el sector turístico y es que la Corte Suprema de Justicia determina la suspensión de licencias de construcción en el sector turístico (Bocagrande, Laguito y Castillogrande) por tres años, para frenar su superpoblación ante el deficiente servicio de alcantarillado. Esta se reactivaría finalmente en el año 2002 una vez fue inaugurado el nuevo alcantarillado de Bocagrande.

Los años noventa también significaron el despliegue de oferta hotelera en la ciudad, resaltando la entrada en funcionamiento de los hoteles Santa Clara en 1995 y Santa Teresa en 1996, que abren la puerta a la oferta de hospedajes de lujo en el centro histórico de Cartagena. Ya en el año 1994 había entrado en operación el hotel Las Américas Beach Resort en el corregimiento de la Boquilla, primer hotel ubicado en zona norte de la ciudad y que vendría a posicionarse bajo el esquema del turismo de sol y playa, que comenzó con el histórico Hotel Caribe inaugurado en los años cuarenta en el sector de Bocagrande.

Al respecto es importante precisar que los productos de sol y playa fueron construidos mayoritariamente bajo el enfoque económico de la planificación turística, para el cual el turismo es una actividad exportadora y por tanto, se necesita crear los equipamientos necesarios para masificar esta actividad, conduciendo esto a un modelo de desarrollo turístico de enclave, tipo todo incluido. “En consonancia, los componentes de mercado (oferta y demanda) son los aspectos claves a considerar desde esta perspectiva” (Osorio, 2006, pág., 299). Y si bien, en Cartagena es muy visible este modelo con los “*todo incluido*” de grandes y reconocidas cadenas hoteleras que hoy tienen fuerte presencia en la ciudad, no fue precisamente producto de la planificación como destino, como bien lo ratifica la ex directora de Corpoturismo, Zully Salazar:

El desarrollo turístico de Cartagena se dio de una forma no planeada, realmente fue más bien un desarrollo espontáneo. Hubo mucho liderazgo del sector privado, y eso hay que hacer un reconocimiento importante, porque pues por supuesto lo que son inversiones, todo lo que es el desarrollo de la estrategia de promoción tanto a nivel nacional como internacional, siempre estuvo muy liderada desde el sector privado. Estamos hablando de los hoteleros, de las agencias de viajes, los gremios de turismo en general. Y en ese orden de ideas, es también unas de las grandes falencias que tenemos como destino turístico y es que no hubo una planeación como normalmente sucede en otros destinos, en que se desarrolla una planeación estratégica, luego lo que se realiza es un plan de inversiones, después ya es que entramos a una etapa de promoción. En Cartagena no pasó así. (Entrevista Zully Salazar, 2019).

En esta misma década, despegó el desarrollo urbanístico de Barú con el proyecto Barú Beach & Marine Resort, primer complejo turístico en el país bajo el régimen de zona franca. Sobre este hecho, la historiadora Estela Simancas, llama la atención más como hito negativo en tanto que:

...cuando ya entran a hacer parte de la proyección turística de la ciudad también los territorios insulares, empieza la ruptura de las prácticas del buen vivir, el tejido social de esos corregimientos insulares. (Entrevista Estela Simancas, 2019)

La entrada al nuevo milenio, trajo consigo varios hechos relevantes en materia de desarrollo turístico de Cartagena. La creación en 2001 de la Corporación de Turismo de Cartagena de Indias –CORPOTURISMO es uno de ellos.

Corpoturismo es una iniciativa que convocó la coordinación de esfuerzos privados e institucionales con el objeto de fortalecer y desarrollar el sector turístico de Cartagena. Siete (7) fueron sus miembros fundadores: Alcaldía Mayor de Cartagena, Cotelco, Cámara de Comercio, Asotelca, Anato, Sociedad Portuaria y Sociedad Aeroportuaria. Posteriormente, se incorporaron como miembros activos el Sindicato Único de Guías Turísticas-Singuiptotur, la Asociación cartagenera de cocheros- Asocarcoch, Fenalco, la Asociación de Joyeros de Cartagena Antigua- Asojocan y la Cooperativa de taxistas y conductores turísticos de Cartagena-Cootaxcontucar. (Corpoturismo, 2019). Así anunciaba el alcalde de entonces su creación:

La naciente Corporación tiene políticas definidas entre el sector privado y público, con lo cual se busca dinamizar el desarrollo de la ciudad a través de convenios, nacionales internacionales y abrir las posibilidades de nuevas empresas, con lo que nos transformaremos en un verdadero puerto competitivo, expreso el alcalde Carlos Díaz (El universal, Junio de 2001).

En entrevista con su primer director, Roberto Saer Dacarett, la creación de Corpoturismo constituyó un importante hito en el desarrollo del sector turismo para Cartagena, en tanto que significó la unificación de funciones y competencias que tenían distintas entidades en el tema en la ciudad.

Si tú haces un poquito de historia, te darás cuenta que en esos 10 años (1990-2000) fueron diferentes entidades creadas, liquidadas, unas desaparecidas, en las diferentes administraciones o alcaldías que pasaron, que fueron las que manejaron el turismo. Te puedo mencionar algunas: yo recuerdo que hubo el fondo de promoción turística, la consejería de turismo, la oficina de turismo, en fin, etc.... Corpoturismo es un hito por la forma como se dio su constitución. En el sentido de convertirla en una entidad mixta donde confluye el sector privado y confluye el sector público,

generó que el turismo fuera la responsabilidad de todos y no la responsabilidad individual (Entrevista Roberto Saer, 2019).

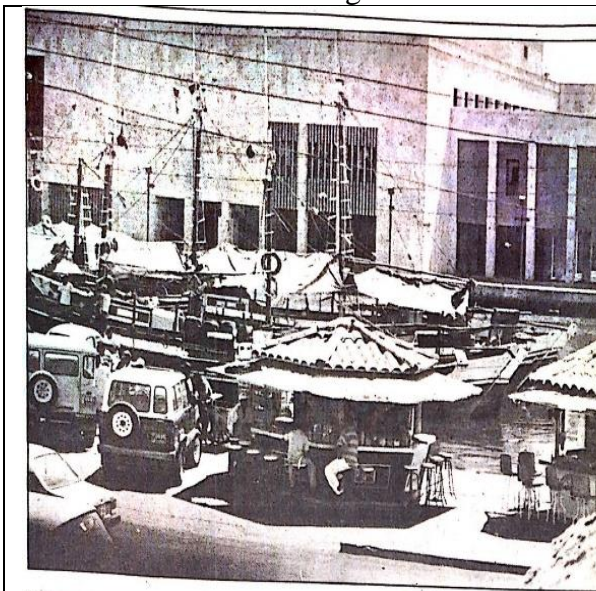
En este mismo sentido, apunta su también ex directora, Zully Salazar, para quien la creación de Corpoturismo fue un gran acierto:

Porque primero, fue un modelo, en su momento vanguardista, porque no existía. Este modelo fue sacado de Barcelona, que es la alianza público-privado. Adicionalmente, dentro de esa misma política se definió que el presidente ejecutivo fuese seleccionado a través de una terna que coloca el sector privado (Entrevista Zully Salazar, 2019).

En 2007 y con motivo de las obras de construcción del Sistema Integrado de Transporte Masivo-Transcaribe, se hace el despeje de los quioscos ubicados en el muelle de Los Pegasos, de gran recordación entre la ciudadanía Cartagenera, por ser punto de encuentro de nativos y residentes. Su traslado, así como otros ya reseñados -Pekín, Pueblo Nuevo y Boquetillo, mercado público de Getsemaní y Chambacú- configurarían la construcción de lo que Deavila (2019) denomina ciudad patrimonial, con el consecuente blindaje del centro histórico la exclusión de la población afro y nativa en ese proceso de patrimonialización.

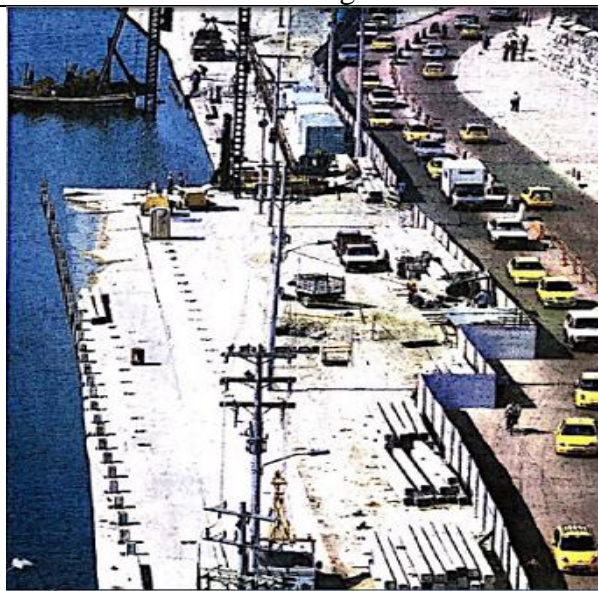
Vale la pena precisar que el Sistema Integrado de Transporte Masivo-Transcaribe, que transformaría urbanística y paisajísticamente el acceso al centro histórico de Cartagena solo entró en operación hasta el año 2015.

Foto 6. Muelle de Los Pegasos 1993.



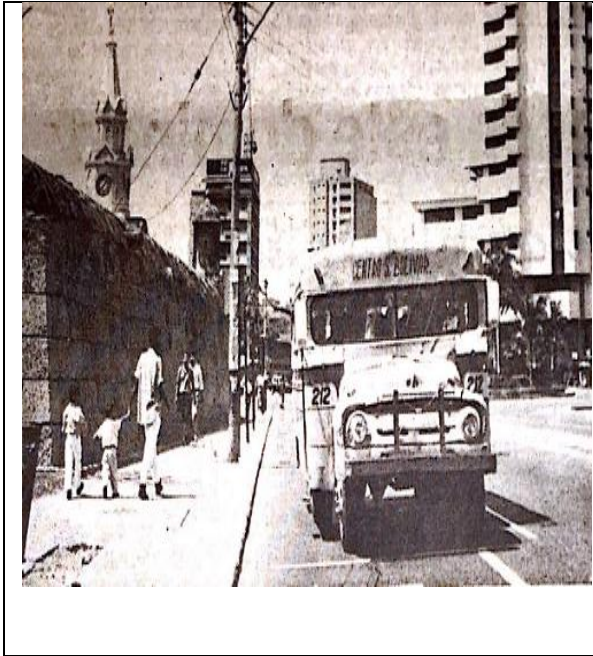
Fuente: El Universal, Febrero de 1993

Foto 7. Muelle de Los Pegasos 2008.



Fuente: El Universal, Febrero de 2008

Foto 8. Transporte urbano 1990



Fuente: El Universal 1990.

Foto 9. Transcaribe 2015



Fuente: El Universal 2015

Hoy día Cartagena de Indias es reconocida por una oferta turística diversa. Al lado de su vocación natural de sol y playa, el turismo cultural y patrimonial en el centro histórico, el turismo náutico, y de reuniones, son productos que se venden simultáneamente como destino. Pero no siempre fue así. Analizar su desarrollo turístico, muestra una evolución interesante en los distintos segmentos de este sector en la ciudad.

El turismo cultural por ejemplo, de gran relevancia para la ciudad, por la riqueza arquitectónica e histórica disponible en las construcciones coloniales ubicadas a lo largo y ancho del centro histórico de Cartagena, y que para los expertos en el tema, es y seguirá siendo el eje central y diferenciador del turismo en la ciudad.

Hoy por ejemplo el centro es uno de las macrounidades de negocio que tiene la ciudad, es el eje de muchas cosas en la ciudad. y es el dinamizador del turismo, el número de empleos se disparó en el centro histórico (Entrevista Roberto Saer, 2019).

Sin lugar a dudas nuestro patrimonio, el hecho de tener al centro histórico. El centro histórico es nuestra punta de lanza definitivamente. Y por supuesto la calidez de los cartageneros (entrevista Zully Salazar, 2019).

En diciembre de 2008 por primera vez una compañía de cruceros realiza operaciones de embarque de pasajeros desde el puerto de Cartagena: el Royal Caribbean. En 2009 se suma Pullmantur a este tipo de operaciones desde el puerto de Cartagena, y con ello, la ciudad entra en firme al llamado turismo de cruceros, pues ya no solo es un puerto de llegada como se venía desarrollando desde los años 90. De hecho, Cartagena ha sido el destino con mayor participación y posicionamiento en el país concentrando la mayor cantidad de pasajeros que llegan a Colombia por esta vía. Durante la última temporada de 2018-2019, recibió 224 cruceros internacionales, movilizandoo 612.217 pasajeros (SPRC, 2019).

Según el actual plan sectorial de turismo 2018-2022, el turismo de cruceros tiene un gran potencial de crecimiento en el país, “pese a las crisis de algunas economías, ya que es un producto relativamente nuevo para el consumidor de la región y cuyo uso está siendo incentivado gracias a las nuevas políticas de precios de las compañías” (MinCIT, 2018). Efectivamente, en 2018 se oficializó la eliminación del IVA a los paquetes turísticos para viajar en cruceros internacionales desde Colombia, con el fin de hacer más competitivo este sector.

De acuerdo con este mismo plan sectorial (2018-2022), el turismo de reuniones viene incursionando a nivel internacional con destinos como Bogotá, Cartagena y Medellín con una variada oferta para eventos corporativos y sociales.

Este segmento es fundamental para el sector, toda vez que incentiva el regreso de los viajeros por motivos de vacaciones, mitiga la estacionalidad, atrae turistas de alto gasto, multiplica los esfuerzos de promoción, incentiva la profesionalización del sector, propicia la articulación público-privada, promueve la buena reputación del destino y dinamiza la economía. (MinCIT, 2018, p.18).

En el caso de Cartagena, fue creado el *Cartagena de Indias Convention and Visitors Bureau-CICAVB* en el año 1997 que en ese momento aunaba las funciones que ejercían el Fondo Mixto para la Promoción Turística y el Convention Bureau, en busca de posicionar a Cartagena a nivel nacional e internacional en temas turísticos. Los socios del CICAVB son hoteles, agencias de viajes, aerolíneas, el centro de convenciones y la sociedad aeroportuaria de Cartagena.

Posteriormente, con la constitución de Corpoturismo el CICAVB se concentra en la promoción de Cartagena como destino turístico de reuniones. En el año 2013, por ejemplo, la prensa local reporta que Cartagena se ubicó en el puesto 56 a nivel mundial como destino

de reuniones, según ranking del International Congress and Convention Association – ICCA-, que evalúa a los destinos por el número de eventos realizados durante el año. Con esta posición, Cartagena escalaba dos posiciones con respecto al año anterior (El Universal, 2013).

Quien no sueña casarse en Cartagena de Indias? Es la pregunta con la cual muchos operadores promocionan a Cartagena como destino de bodas, aprovechando la majestuosidad de su arquitectura religiosa y la lujosa infraestructura hotelera en el centro histórico.

Pues bien, este segmento apareció en prensa local a partir del año 2012, representando un importante crecimiento para el sector, pues en el año 2013 los premios World Luxury Hotels, que reconocen la mejor hotelería de lujo en el ámbito mundial y hoteles legendarios con respecto a la excelencia del servicio en general, escogieron al Sofitel Legend Santa Clara de Cartagena de Indias como el mejor destino de bodas para América del sur. Ese mismo año los wedding planners reportaron la planeación de 456 bodas, y los eslabones del clúster de turismo de bodas unas 1.659, siendo esas las primeras mediciones oficiales que se conocen de esta actividad en la ciudad. (El Universal, 2013).

La incursión de Cartagena a esos nuevos segmentos turísticos: cruceros, de reuniones, entre otros, demandó también la ampliación de la oferta de servicios turísticos en la ciudad. Así, en 2011 llegan a Cartagena los famosos buses de dos pisos de la multinacional City Sightseeing, los recorridos en catamaranes por la Bahía, especialmente para los turistas de cruceros que se quieran desplazar de manera rápida entre la sociedad portuaria regional de Cartagena y el centro histórico, y, Cartagena Helicopter Tours que lleva a los turistas a disfrutar de la ciudad desde el aire.

Finalmente hay que destacar dos importantes hechos que están directamente relacionados con la evolución de Cartagena como destino turístico: la incursión de Proexport en la promoción turística del país y la marca ciudad.

En 2004, Proexport inicia como la entidad encargada, desde el nivel nacional, de la promoción turística en el exterior. Y sobre este hito en particular, coinciden los tres ex – directores de Corpoturismo que fueron entrevistados, al resaltarlo como un gran paso para el desarrollo del turismo como sector económico, para la ciudad y el país:

Con el gobierno nacional logramos algo que fue fundamental para el turismo en el país, se da por una petición nuestra (de la Corporación) y fue que incluyera el turismo dentro de las líneas de Proexport, o sea que lo convirtiera en un producto de exportación y ahí, inmediatamente cambió todo el tema del turismo en la ciudad y en el país. Quiero decirte que en esos momentos nosotros acabábamos de contratar la primera directora de mercadeo institucional de la ciudad: Zully Zalazar, que después fue presidenta de la Corporación, y con ella y con Proexport se hizo un trabajo muy bueno, y ahí empezó realmente algo nuevo para la ciudad en el tema de turismo. Cuando ya tú incluyes al turismo como una línea de exportación, ya entra el país como tal a ofrecerlo a nivel internacional como un producto que tu vendes, como el café (Entrevista Roberto Saer, 2019).

La entrega a Proexport, ahora Procolombia, el manejo del turismo con una mirada mucho más de mercadeo y de promoción de país, distinto a lo que hacía el vice ministerio de turismo (Entrevista Luis Ernesto Araújo, 2019).

Durante muchos años el sector no fue identificado como un sector económico, sino que era visto como algo light podríamos decir. Y luego hasta que se le asigna a Proexport, la promoción internacional del turismo como un macro sector exportador de talla mundial, es que podríamos decir, que a partir de ese momento se tomó ya en serio lo que significaba para la ciudad y el país el turismo (Entrevista Zully Zalazar, 2019).

En el año 2011, Corpoturismo lanza la polémica marca ciudad de Cartagena de Indias, bajo el lema “una vez”, concebido como un reconocimiento a lo inmaterial, a la gente, la cultura, a la cotidianidad y a la apuesta de crecimiento y desarrollo de la ciudad.

Foto 10. Marca Ciudad.



Fuente: Universal, Febrero de 2011

Polémica, porque para el cartagenero nunca representó a su ciudad natal y porque alrededor de su construcción, hubo cuestionamientos al entonces director de Corpoturismo, Luis Ernesto Araújo, sobre su alto costo económico y el bajo impacto como estrategia de promoción turística. Sobre el particular así se refirió en entrevista realizada:

La gente confundió logo con marca. Al atacar el logo, que fue la obsesión de la gente, desecharon todo el know how que se había construido de lo que es una marca. Porque Cartagena no se comunica con su público de interés de manera coherente, algunas personas la venden como turismo de sol y playa, todo incluido, otras personas la venden como turismo de lujo, otras

personas la venden como turismo gastronómico, otras personas la venden como destino de inversiones, otras personas la venden como destino de segunda vivienda, la vendemos de manera fraccionada, de manera incompleta. Sacamos a la gente de la ecuación, y la marca pretendía todo lo contrario, pero eso no fue entendido, no se dejó explicar, la gente no quería oír, decían “para que se gastaron una plata dibujando ese logo”, y no entendían que había toda una estrategia detrás.

Por ejemplo, había turistas que decían, yo no sabía que esta era una ciudad que tenía gente afro, porque les habíamos vendido una ciudad fantasma. Cuando uno toma las fotografías que se usaban para los brochures de Cartagena de hace 10 años, te das cuenta que las fotos están tomadas al amanecer cuando en las calles no hay nadie, entonces solo estábamos vendiendo un cascarrón, pero no estábamos posicionando, ni mostrando el alma de Cartagena. El logo no es la marca, nadie se la apropió. Nosotros no hicimos una cosa para diseñar un logo, sino para entender la marca de la ciudad, qué es eso intangible que nos hace únicos” (Entrevista Luis Ernesto Araújo, 2019).

Sin embargo, por lo menos hasta hoy permanece el logo en la página institucional de Corpoturismo. Pero no es la imagen que vende a Cartagena ante el mundo. Cartagena es reconocida mundialmente por la belleza de su centro histórico y por su gente, particularmente la mujer negra y palanquera, aun cuando los principales hitos en el desarrollo del sector turístico aquí descritos, invisibilicen a la mujer afro como actor que capitaliza y construye la ciudad turística.

En ese orden habría que decir que la Cartagena turística se construyó y sigue consolidándose a expensas de un fuerte proceso de segregación social. Primero fueron los pobladores de Pekín, Pueblo Nuevo y Boquetillo, hoy son los habitantes de los barrios San Diego y Getsemaní gracias al acentuado proceso de gentrificación que viven. Tanto los unos como los otros, son habitantes tradicionales, afrodescendientes en su mayoría, de bajo poder adquisitivo, cuyas corporalidades ya no caben en la nueva concepción urbanística y turística del centro histórico.

Igual situación ocurre en el territorio insular. Márquez (2019) documenta el progresivo acaparamiento de tierras por nuevos actores económicos y políticos en la isla de Barú a partir del desarrollo del turismo en Cartagena, lo cual le significó al nativo, en su mayoría afrodescendientes, pasar de actividades tradicionales como la agricultura y la pesca artesanal, a depender principalmente de la pesca y de las actividades asociadas al turismo.

Con excepción de isla Rosario, que está despoblada, el resto de pequeñas islas que integran el Parque Nacional Natural Corales del Rosario y San Bernardo están dedicadas al turismo: ya sea como casas privadas de descanso o como hoteles pertenecientes a empresas turísticas nacionales e internacionales. Todas bajo la modalidad de arriendo a la Nación, luego de un pleito judicial que comenzó en 1984, año en el que el Estado colombiano inició proceso de expropiación de las islas, bajo el argumento de los daños ecológicos que causaron por la construcción y la apropiación ilegal de terrenos (Duran, 2009).

En el ámbito de la gobernanza turística, hay que destacar la presencia de los actores públicos y privados en el impulso de este sector, que se sella con la creación de Corpoturismo. Entidad con la que se esperaba una mayor organización y liderazgo en una ciudad cuya principal actividad económica es el turismo. Sin embargo, los constantes problemas de abusos en precios de operadores turísticos y la proliferación de la informalidad en el sector, cuestionan su papel hoy día y abren el debate por la necesidad de una entidad local que no solo promocioe el destino, sino que asuma funciones sancionatorias.

En general, los hitos del desarrollo turístico en Cartagena hacen mención a derribamiento de fracciones de murallas, de traslado de barrios y mercado público, de patrimonio histórico, de marca ciudad, de expansión hotelera y con ello de la oferta turística, entre lo más significativo, para dar paso a nuevas infraestructuras y espacios acorde a las expectativas de un destino de talla internacional. Pero no se hace referencia al valor agregado de actores como la mujer negra en el sector, cuya figura más icónica, la palenquera, fue una constante en el período de estudio desde el punto de vista de la promoción turística. Y eso, es otra forma de segregación.

3. ROL Y APORTES DE LA MUJER AFRO EN EL DESARROLLO DEL SECTOR TURÍSTICO DE CARTAGENA DE INDIAS EN EL PERIODO 1990-2018.

En este capítulo se abordará a la mujer afro y su papel en el turismo de Cartagena primeramente, desde la forma en cómo esta es expuesta en la prensa local en el período 1990-2018, para posteriormente, desde su propia voz y el rol que les ha tocado asumir, identificar sus aportes en este sector de la ciudad. Complementa este análisis la opinión de algunos actores importantes del turismo en Cartagena sobre la mujer negra en la actividad turística.

El anexo uno registra la aparición en prensa de la mujer (afro y no afro, cartagenera y no cartagenera) asociada al sector turismo en la ciudad de Cartagena para el período 1990-2018, de lo cual hay que resaltar los siguientes datos:

- Son 48 mujeres que registra el periódico El Universal en ese período y solo 10 corresponden a registros de mujeres afro en los papeles de: palanqueras, vendedora del portal de los dulces, peinadoras, hacedoras de los tradicionales fritos cartageneros, mulatas que bailan en bodas, gestoras culturales, reina de belleza, conductora de taxis, directiva del sector turismo y alcaldesa. Estas dos últimas corresponden en su orden a Zully Salazar y Judith Pinedo.
- Son 7 los eventos noticiosos relacionados con la figura de las palenqueras en el periodo de estudio, solo en dos de ellos se sale de su denominación genérica y se les expone noticiosamente con su nombre y apellido para resaltar su imagen en el turismo: María Isabel López (Mayito, la Palequera de Oro, El Universal 2005) y Ángela María Ospina Miranda (Retrato de una Palenquera de carne y hueso, El Universal 2015). Caso que no ocurre con las fritangueras, famosas por el festival del frito que se realiza anualmente en el mes de enero en plena temporada alta de turismo, las peinadoras de playas y las mulatas que bailan en las bodas.
- La mujer afro con más registros en prensa durante el periodo es Zully Salazar Fuentes, con 13 eventos noticiosos desde el año 2007. Recordemos que ella fue ex directora de promoción y mercadeo de Corpoturismo, y en 2012 asumió la presidencia de esta entidad hasta el año 2018, pero no es Cartagenera de nacimiento.

Esta revisión periodística también revela un dato interesante y es que la mujer ha estado presente en el desarrollo del sector turismo de Cartagena desde los años 90. Específicamente la mujer blanca, educada y privilegiada, para quien el acceso a cargos directivos en el sector no le ha sido esquivo. Solo una mujer afro ha llegado a este nivel directivo en la ciudad, Zully Salazar Fuentes, quien asumió la presidencia de Coporturismo del año 2012 a 2018. Y en los 18 años que tiene de existencia esta entidad encargada de liderar la política turística en Cartagena, ella es hasta hoy, la única mujer afro que la junta directiva ha designado como su presidenta ejecutiva.

En ese orden, antes de analizar el papel de la mujer afro en el sector, es importante destacar las otras mujeres que han estado presentes en el desarrollo del turismo en Cartagena. Por ejemplo, son varias las mujeres que estuvieron dirigiendo la extinta empresa promotora de turismo-Proturismo en los 90, ellas son: Claudia Fadul en 1990, María Del Rosario Yacaman en 1990, Colombia Villamil en 1992, Zillah Mendez en 1994, María Victoria Maldonado en 1995 y Mercedes Rosales de Villegas en 1998.

Al frente de la Sociedad de Mejoras Públicas- SMP, entidad de destacado protagonismo en la organización del turismo en Cartagena en sus inicios, estuvieron tres mujeres en el período de estudio: María Mogollón de Pupo en 1990, Claudia San Clemente Duarte en 1995 y Claudia Fadul quien asumió la presidencia en el año 2000.

Como gerentes de la extinta oficina seccional de la Corporación Nacional de Turismo en la ciudad, estuvieron Sara Marcela Bozzi en el año 1991 y Socorro Rodríguez de Puccini en 1992. Y del también extinto Fondo Mixto de Promoción Turística estuvieron Carmen Otero de Millan en el año 1993 y María Alexandra de Pombo Pinzón en 1995.

Más recientemente, la prensa destaca mujeres como Mónica Mass Tinoco en la dirección ejecutiva de la Asociación Hotelera de Colombia- Cotelco capitulo Cartagena desde el año 2004, María de los Ángeles Barraza, primera mujer en tomar las riendas de Corpoturismo en el año 2008, y, Martha Lucia Noguera, a la que El Universal (2008) denomina “la dama de la hotelería”, quien es actualmente la presidenta de la junta directiva nacional de Cotelco y vicepresidenta de operaciones de Las Américas Hotel Group.

Reconocimiento en prensa desde el año 1998 registra también en el sector hotelero de Cartagena, Patricia Restrepo, gerente del icónico Hotel Caribe desde 1982 hasta 2013. Una mujer que, según reseña el diario El Universal (2009), es una “cartacachaca” que llegó hace 33 años a Cartagena, formada en hotelería y turismo en Estados Unidos y pionera de los vuelos charters que llegaron a la ciudad en la década de los 90’s procedentes de Canadá y Europa.

Sin embargo, también hay que decir que todas estas mujeres que asumieron y están actualmente en estos cargos directivos, tienen como rasgo en común que son mujeres blancas, no todas son cartageneras de nacimiento. Por ejemplo, Patricia Restrepo (fallecida en 2017) era oriunda de Bogotá, Mónica Mass es procedente del municipio de Arjona y Martha Lucia Noguera es barranquillera de nacimiento.

Por otro lado, están los aportes de aquellas mujeres, igualmente blancas y parte de la elite cartagenera, que como columnistas, se atrevieron a opinar sobre el turismo en Cartagena. A continuación retomo la opinión de dos de ellas:

En su columna titulada “Desarrollo turístico de Cartagena” en enero de 1990, Adelina Covo de Guerrero, en ese entonces directora ejecutiva de Fundación Mamonal, menciona las obras necesarias para poner a la ciudad a la altura del turismo que se quiere recibir, en una Cartagena que para los años 90 se encontraba en pleno proceso de crecimiento urbanístico y enfocada en el turismo de sol y playa.

Debemos iniciar con la construcción del alcantarillado de Bocagrande y la solución del urgente problema de las playas, porque aunque creamos que nuestro principal atractivo está en la historia, hasta los españoles, aunque en una época fundamentaron gran parte de su modelo de desarrollo en la industria sin chimeneas, se convencieron de que la historia es un hermoso complemento, pero la mayoría de los turistas buscan playa, mar, sol y diversión nocturna (El Universal, enero de 1990).

En contraste, María Claudia Páez Mallarino, en ese entonces directora ejecutiva de la Cámara de Comercio de Cartagena, señala en su columna “Retos para el turismo” en 2018, que si bien durante muchos años Cartagena ha enfocado sus esfuerzos de promoción y comercialización en atraer turistas, hoy día las cosas han cambiado, y el desafío es definir el modelo de ciudad que queremos. Para ello identifica tres principales retos:

Reto 1: definir el tipo de turista que queremos. Reto 2: Formalización y especialización en el servicio, que pasa por un tema de libre competencia y respeto a la labor de los empresarios. Reto 3:

trabajo en equipo, optimizar los recursos a través de apuestas conjuntas hace la diferencia y multiplica los esfuerzos (El Universal, septiembre de 2018).

3.1. La mujer afro en la promoción de Cartagena como destino turístico.

Institucionalmente, la historia reciente nos muestra que fueron dos los logos creados estratégicamente para vender a Cartagena ante el mundo, uno creado por el CICA VB en 1998, y la marca ciudad creada por Corpoturismo en 2011. Sin embargo, ninguno de los dos ha tenido el efecto y reconocimiento que tiene la mujer afro, especialmente la icónica mujer Palenquera en el sector. Con lo cual quiero afirmar que la mujer afro fue y sigue siendo la imagen que junto al cordón amurallado vende a Cartagena ante el mundo.

Foto 11: Logo CICA VB con el que se promocionó a Cartagena en 1998.



Fuente: El Universal, noviembre de 1998

Foto 12. Lanzamiento marca ciudad en feria ANATO 2011



Fuente: El Universal, febrero de 2011

Con la creación de Corpoturismo Cartagena superó años en los que diversas instituciones intentaron liderar desde el gobierno local un sector en crecimiento. Hasta 2001 se contabilizan en su orden: la SMP, la oficina seccional de la Corporación Nacional de Turismo, el Fondo Mixto de Promoción Turística y la empresa promotora de turismo-Proturismo. Ninguna de las cuales logró el liderazgo que representa Corpoturismo desde su creación, al aunar a las autoridades locales, gremios y empresas del sector privado alrededor del turismo en Cartagena.

Las fotos 13 y 14 muestran la imagen corporativa de Corpoturismo en los años 2007 -sin marca ciudad-, y, 2019 con marca ciudad incorporada. Nótese como constantemente los fragmentos de murallas son el ícono por excelencia que identifica y vende la ciudad con su centro histórico. Pero no se hace alusión por lo menos icónicamente a su gente, ni mucho menos a la mujer negra. Lo cual reafirma que por lo menos institucionalmente, aún se sigue promocionando a la ciudad como un cascarón, en contravía con el propósito que pretendía la marca ciudad en 2011 según su impulsor, Luis Ernesto Araújo, cual era resaltar lo intangible que nos hace únicos: su gente.

Había turistas que decían, yo no sabía que esta era una ciudad que tenía gente afro, porque les habíamos vendido una ciudad fantasma. Cuando uno toma las fotografías que se usaban para los brochures de Cartagena de hace 10 años, te das cuenta que las fotos, son fotos que están tomadas al amanecer cuando en las calles no hay nadie, entonces solo estábamos vendiendo un cascoón, pero no estábamos posicionando, ni mostrando el alma de Cartagena (Entrevista Luis Ernesto Araújo, 2019).

Foto 13: Imagen institucional de Corpoturismo en 2007



Fuente: El Universal 2007

Foto 14. Imagen institucional de Corpoturismo en página web 2019



Fuente: https://www.cartagenadeindias.travel/?la=es&/info-guia_corporacin-turismo-cartagena-de-indias-corpoturismo-888

No obstante, la prensa local sí muestra eso que hace único a Cartagena, su gente, y en especial su mujer negra en el sector turismo. La cuestión es cómo y en que situaciones las muestra. Identifico aquí dos visiones desde lo subalterno, la mujer afro sometida a la informalidad de la cadena productiva del turismo y la mujer afro cuyo cuerpo erotizado y exotizado es objeto de promoción.

Foto 15. Imagen promocional de Cartagena en 1992 con mujer negra vendedora en playas.



Foto 16. Reportaje especial sobre Mayito, mujer palanquera en 2005.



De acuerdo a Salazar (2006) el turismo conlleva a la mercantilización cultural, cuya idea "se funda en la creencia de que el turismo genera una pérdida de autenticidad y

significación cultural” (P.106), y si bien el turismo de masas, producto del proceso de globalización y la creciente movilidad de personas, capital, información y culturas en un mundo cada vez más posmoderno, está generando territorios homogéneos, híbridos y glocalizados (Cohen, 2005), el riesgo es entonces el lenguaje publicitario, inclusivo o no, sostenible o no, con que se vende el destino y sus posibilidades de construir socialmente autenticidad, en un encuentro turístico de marcada asimetría entre turista y habitante local, en el que entran en juego los imaginarios (Hiernaux 2002) con el que llega el primero y las condiciones económicas y sociales desventajosas del segundo.

Todo el lenguaje publicitario en torno al turismo se basa en la mercantilización. Dado el poder comunicativo del turismo, las representaciones de los destinos ejercen influencias importantes directa y potencialmente en los pueblos y comunidades que se presentan, representan y tergiversan, así como en quienes no aparecen en tales representaciones (Salazar;2006;p.106).

Este es un contexto necesario para comprender el papel de la mujer afro en el turismo, un papel históricamente relegado a la informalidad, pero cuya imagen hoy día es parte de la promoción de la ciudad ante el mundo. De hecho, así lo reconocen todos los actores del turismo entrevistados. Roberto Saer, primer director de Corpoturismo y actual empresario del sector en Cartagena es consciente que *“las palenqueras son fundamentales en todo el tema de la promoción nuestra a nivel internacional, una promoción sin ellas no es promoción”*. (Entrevista, 2019).

Cuestión que reafirma el historiador Deavila Pertuz (2019) quien sostiene que para los años ochenta ya aparecían en prensa las palanqueras al lado de la ganadora del concurso nacional de belleza, en ese momento el evento turístico más importante de la ciudad. El evento reforzó así la superioridad de la piel clara y con el paso del tiempo *“la palanquera se convirtió en la representación más importante de la negrura en el pintoresco paisaje tropical de Cartagena”* (Deavila; 2019, p.189).

Por su parte Zully Salazar, también exdirectora de Corpoturismo, afirma categóricamente, que hoy día hay muchas mujeres afros vinculadas al sector, *“lo que sucede es que toca subir esa escala de vinculación porque digamos la mayoría están en trabajos operativos, por ejemplo, camareras, recepción, pero hay que hacer la tarea”* (Entrevista 2019).

En este mismo sentido opina Luis Ernesto Araújo, empresario y ex director de Corpoturismo, para quien:

La mujer afro a tenido un papel preponderante pero de segundo nivel. Típicamente no están en roles que tomen decisiones. Están en la recepción, están en la conserjería, servicios generales, amas de llaves, cocina (Entrevista, 2019).

Esta ubicación natural de lo negro en segundo nivel, le fue precisamente cuestionada al entrevistado, cuando en calidad de presidente ejecutivo de Corpoturismo, exhibió una estatua humana caracterizando a un esclavo encadenado como imagen promocional de Cartagena en la feria Anato del año 2012. Este desafortunado suceso generó un debate del orden nacional que involucró a los principales medios de comunicación y a diferentes activistas y organizaciones no gubernamentales que trabajan en el país en contra del racismo.

El debate se centró en censurar en cómo desde la institucionalidad se diseñó una campaña racista para promocionar a una ciudad en la que la mayoría de su población es negra, que se enfrenta cotidianamente a las consecuencias de la discriminación, y terminó, con la renuncia de Luis Ernesto Araújo a Corpoturismo.

La visión más crítica del asunto, la expuso la historiadora y mujer negra, Estela Simancas, quien se atrevió a señalar como la raíz del problema el racismo estructural que aqueja a la población afro en general:

El racismo estructural es señalar que si el Estado no ha resuelto las oportunidades educativas para la presencia de las gentes negras y mulatas en Cartagena, es lógico que todavía en las primeras décadas del siglo XXI estén ubicadas en los cargos de más baja remuneración y en la economía informal (Entrevista Estela Simancas, 2019).

Entonces, es claro que la mujer negra palenquera, al igual que aquella dedicada a la producción y venta de fritos y dulces, masajista o peinadora de playa, ocupa el lugar más vulnerable en la cadena productiva del turismo, que las reduce a la informalidad, pero cuya imagen ya es parte iconográfica de la promoción turística de la ciudad y en cuyo proceso de mercantilización, les ha tocado ceder transaccionalmente para seguir haciendo parte de esos encuentros turísticos que les aseguran el sostenimiento económico para ellas y sus familias.

Por ejemplo, los vestidos coloridos que hoy portan las mujeres palenqueras en el centro histórico de Cartagena fueron parte de una estrategia de Corpoturismo, “*para hacerlas más vistosas al turismo*” (El Universal, 2015), porque originalmente la tradición palenquera era vestir de blanco y negro. Así lo explica en sus propias palabras una mujer

palenquera, quien además es líder de la Asociación de Mujeres Afrodescendientes y del Caribe “Graciela Chá Inés”:

Un imaginario que lo hemos aclarado y hemos dicho que eso no es así, es que la mujer palenquera es la que está vestida con el batón ese, el vestido ese que la Alcaldía impuso. En los 90 ellos propusieron que la mujer palenquera se vistiera así, y ninguna de las mujeres aceptaron, pero después vino otra generación y lo aceptó, que es la vestimenta actual colorida, pero si tu regresas atrás, y vas a buscar a los pintores, a las fotos, las mujeres palanqueras no vestían así. Ellas vestían su ropa normal, porque además ellas tenían una cosa, y es que en palenque por un hecho cultural permanecen mucho de luto, y eso era muy respetado entre las mujeres mayores (Entrevista líder de la Asociación de Mujeres Afrodescendientes y del Caribe “Graciela Chá Inés, 2019).

Otro papel común hoy, pero bastante cuestionado, es aquel que desempeñan “las mulatas”, mujeres negras, como bailadoras y adornos en matrimonios de personalidades y famosos que escogen a Cartagena como su destino de bodas, un segmento turístico en crecimiento, como se explicó anteriormente. Generalmente estas mujeres negras realizan la calle de honor a los novios en el escenario escogido tanto para la ceremonia como la recepción, una situación que en opinión del académico Javier Ortiz Cassiani, en entrevista para el diario local El Universal (2017), reproduce los estereotipos de inferiorización de la población afro en la ciudad.

Lo de usar “mulatas” en matrimonios o eventos es una práctica que reproduce los estereotipos sobre la población afro en Cartagena. Ahí lo que hay es un proceso de inferiorización. De usar a personas de piel negra, comunes y corrientes, como un objeto de decoración para la fiesta o para el evento y quien hace eso de alguna manera está sintiéndose superior a quien pone allí como objeto de decoración. Se recurre al pasado, en una forma muy estereotipada en el presente, para mostrarlo ahí como una forma de decoración (El Universal, julio de 2017).

La historiadora Estela Simancas prefiere llamar a esta situación como una exotización y etnización del cuerpo negro como formas de racismo cotidiano:

Ese que se introduce en los imaginarios y luego toma forma en símbolos que tú no puedes ver, pero se forman de tanto percibirlos históricamente. Después de ese proceso administrativo de la independencia, pareciera que el lenguaje colonialista no hubiera desaparecido. Eso golpea en la cara (El Universal, julio de 2017).

En entrevista concedida, Simancas (2019) cuestiona el uso de la memoria negra conveniente y subalternamente desde del turismo, sin que esto se traduzca en mejores condiciones de vida para una población excluida históricamente de los beneficios del desarrollo:

En esta memoria que se ha venido construyendo recientemente de lo negro que sí vale dentro del turismo, es en términos de la imagen que se puede mostrar de ellos, y la imagen que se muestra es

dentro de la economía informal en una condición de subalternidad, de subordinación, y ahí lo podemos ver reflejado a través del monumento a la Palenquera, esa memoria que ahorita está en toda la entrada de Bocagrande, cuando estas mujeres entre 1950 y 1980 eran perseguidas en el centro histórico porque vendían acá, pero curiosamente, se convirtieron desde la década de los 90, en un ícono, en esa memoria mas icónica de la ciudad. Entonces muestran a la Palenquera en una condición de subalternidad y no muestran a la Palenquera en su dinámica de lo cotidiano, es una Palenquera que ha sido formateada bajo una visión turística que vende y es la que le resta la capacidad de agencia (Entrevista Estela Simancas, 2019).

En este sentido, Deavila (2019) defiende que históricamente se han contrapuesto dos visiones de ciudad, por un lado, quienes ven a Cartagena como un objeto de consumo turístico, y por otro, quienes la conciben como una ciudad para el ejercicio de los derechos fundamentales de todos sus habitantes. Las mujeres Palenqueras hacen parte de esta segunda visión, como grupo defienden desde los años 70 su derecho al trabajo en el centro histórico, pero paradójicamente terminaron siendo patrimonializadas como ícono por esa Cartagena turística, primero con la imposición de su actual vestimenta colorida, y segundo, con el monumento a la entrada del turístico barrio de Bocagrande, sin que ello se haya traducido en unas mejores condiciones de vida e inclusión efectiva de estas mujeres en la dinámica social y económica de la ciudad. Prueba de ello, es su desprotección laboral y el cobro que hacen por cada fotografía que el turista local e internacional les solicita.

Hay una imagen asociada a la exotización y erotización del cuerpo de la mujer negra que la prensa registra en el contexto del turismo, y lo hace desde la perspectiva de la promoción turística.

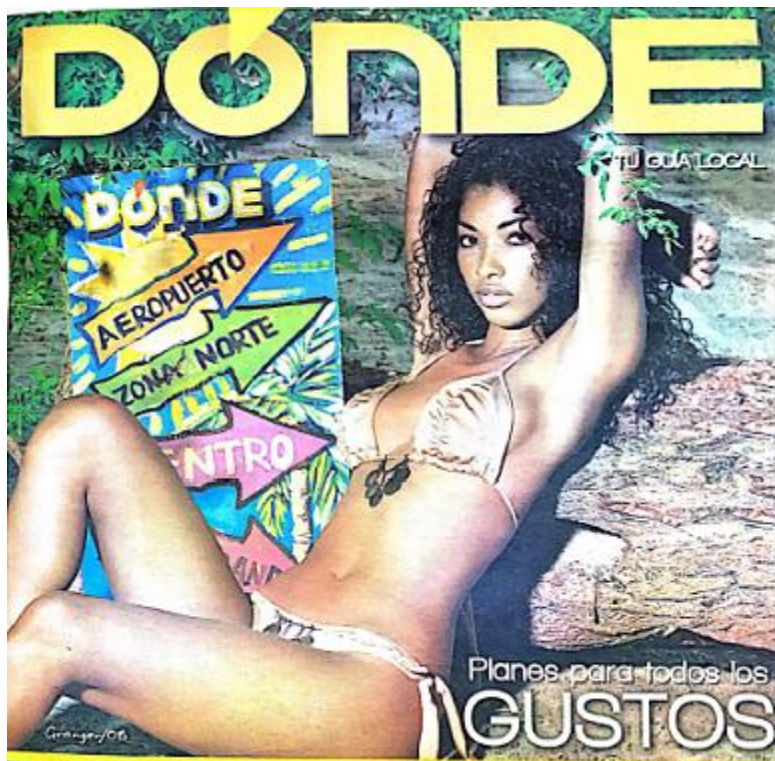
Los registros fotográficos 17 y 18 dan cuenta de un lenguaje sugestivo en la imagen usada de la mujer negra: voluptuosidad y sensualidad. Ambas fotografías, en décadas distintas, fueron usadas localmente para promocionar y guiar la ruta del turismo en Cartagena.

Foto 17. Afiche promocional Festival de Música del Caribe año 1994.



Fuente: El Universal, marzo de 1994.

Foto 18. Guía de planes turísticos en Cartagena publicada en periódico El Universal, año 2008.



Fuente: El Universal, octubre de 2008.

Para Salazar (2006) el lenguaje de la promoción turística “*crea un vínculo sensual – más que intelectual– entre los turistas y el paisaje del viaje. No sólo se sexualiza a los pobladores locales, sino también los destinos.*”(P. 115). Lo cual nos pone de frente el tema de la prostitución y de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes en el contexto del turismo, que algunos académicos del Caribe como Pantojas (2013) lo hace parte constitutivo de las industrias del pecado, pronunciándose así al respecto:

Hay destinos de turismo sexual emergentes como Cartagena de Indias y Panamá, donde el crecimiento del lugar como destino turístico lleva a sectores pobres de la población a desarrollar una actividad dirigida a los turistas como estrategia para capturar divisas. Paradójicamente, esta actividad, aunque sea informal contribuye de manera importante al crecimiento del turismo y de la economía en general, en tanto que la mayoría de los ingresos de estas actividades informales se queda en la economía doméstica, por ello se tolera por las autoridades, aunque oficialmente sea prohibida y, solo simbólicamente, perseguida (Pantojas; 2013; p. 17).

Teóricamente son muchas las perspectivas desde las que se puede abordar el tema. Pero quizás una definición genérica que recoge la esencia que tal actividad expresa, la tenemos en Forero (2015):

Se define como el proceso en el que interactúan a lo menos dos sujetos: la persona que viaja y la persona del país anfitrión, de manera consciente en busca de cumplir unos deseos particulares de los sujetos, los cuales incluyen un deseo sexual o sentimental por parte de alguno de los sujetos o ambos (Forero; 2015, p.76).

Una visión más completa del término, sin limitarlo al intercambio de dinero por sexo, tendría que incluir otras variables que entran en juego, tales como la pertenencia étnica, la clase social e incluso la región, pero en últimas es una actividad producto de la mercantilización de las relaciones humanas, que desde la perspectiva de Forero (2015) se desarrolla en tres dimensiones: hombre turista –mujer receptora; mujer turista- hombre receptor y hombre nativo-hombre turista. Lo cual se puede estar quedando corto frente a los distintos roles de género e identidad sexual que hacen parte del panorama mundial hoy, que incluye a quienes se definen desde el lesbianismo, la bisexualidad o el transgenerismo, solo por citar algunos.

En este sentido, Deavila (2019) sostiene que el desarrollo del turismo en Cartagena contribuyó a promover la racialización de los cuerpos y lo explica de la siguiente manera:

La literatura de viajes retrataba a la ciudad como un paraíso virgen y apenas civilizado, habitado por personas de colores exóticos y alegres. Estas representaciones imponían representaciones

coloniales tradicionales sobre los negros en el Caribe que los enmarcaban como parte del pintoresco tropical. Conscientes de la mercantilización de su negrura, algunos desestabilizaron el encuentro para evitar la racialización de sus cuerpos, mientras que otros prefirieron administrarlo para su beneficio (Deavila; 2019; p.195).

Es importante precisar que la prostitución es también otra forma de explotación, aun cuando esta pueda involucrar capacidad de “*agencia*” tanto en el/la turista que busca el servicio (con visión colonial) como en el/la nativo receptor (siempre subalterno), para intentar distanciarla de la explotación sexual y comercial, que toma otras dimensiones cuando involucra a menores de edad.

Recordando siempre que voluntaria o no, esta capacidad de agencia en el marco de la mercantilización de las relaciones humanas de la cual habla Forero (2015), sostengo que es producto de la herencia colonial o la colonialidad del poder, en palabras de Quijano (2000), que mientras no se supere, mantendrá en eterna subalternidad al habitante local, en el caso que aquí nos ocupa, la mujer negra.

Cartagena como destino turístico es protagonista de muchas historias de prostitución y explotación sexual, donde el cuerpo de la mujer afrodescendiente es el principal atractivo. De tal manera que lo que la prensa usa desde el lenguaje de la promoción turística, las mujeres afro lo padecen cotidianamente, ya sea desmarcándose de esa mercantilización o usándola a beneficio propio. Así lo expresaron algunas de las entrevistadas:

Aquí a Cartagena vienen muchos turistas que vienen buscando sexo, pero también hay muchas muchachas que van a trabajar en el sector turístico, este..., van disfrazadas de peinadoras pero no son palenqueras, y se le ofrecen a los turistas. (Entrevista Representante Asociación de Mujeres trabajadoras en playas de San Basilio de Palenque “ORIKA”, 2019).

Una mujer negra sí vende, porque es que la mujer negra le vende es a los extranjeros y a los extranjeros les gusta mucho las negras. Mira los extranjeros vienen aquí a buscar mujer negra, a enamorarse locamente, porque la mujer negra es amorosa, es cariñosa, tiene buen cuerpo, raro es la negra que no tiene una cola buena, y eso los mata a ellos. Y la mujer negra es una mujer de hogar, sabe cocinar, sabe planchar (Entrevista mujer afro empresaria del sector, 2019).

Eso (discriminación) a mí sí me ha tocado vivirlo desde mi trabajo, porque por ser morena, cara de india-afro, en el hotel, en todos los lugares, era como te invito a hacer esto, vamos a salir. Por ejemplo, yo dejé de ir a Mister Babilla un tiempo porque me sentía súper mal en que pensaban que era dama de compañía, no por mi vestimenta, sino por mi color. Una vez en Tu Candela sí alguien se me acercó y me lo ofreció, me dijo: mira pagamos tres-cinco millones de pesos. Es que piensan que en Cartagena la mujer es caliente, fácil (Entrevista mujer afro guía de turista, 2019).

3.2. Visibilizando el trabajo de la mujer afro en el turismo de Cartagena de Indias.

En este escenario, es válido entonces preguntarse por los aportes de las mujeres negras al turismo en Cartagena. Esta pregunta fue realizada a 6 mujeres entrevistadas, todas afros e inmersas en la actividad turística con los siguientes roles: ex-gerente de Corpoturismo, guía turística, empresaria del sector turismo, dos representantes de las asociaciones de mujeres trabajadoras en las playas de Cartagena (peinadoras y masajistas), y una mujer líder de la Asociación de Mujeres Afrodescendientes del Caribe “Graciela Chá Inés”.

Zully Salazar Fuentes, única mujer afro en gerenciar Corpoturismo, nacida en Corozal (Sucre). Mientras estuvo al frente de Corpoturismo (2012 a 2018), se destacó por su importante labor en contra de la explotación sexual en el contexto del turismo. Graduada como Tecnóloga en Traducción y Turismo del Colegio Mayor de Bolívar, empezó en el sector en la escala más baja, desempeñándose como recepcionista. Posteriormente se profesionalizaría como Administradora de Empresas Turísticas.

Nosotras como mujeres y afros, pues tenemos una doble condición, que nos toca trabajar el triple para alcanzar lo que nuestros contendores. Porque es una carrera que arrancó hace muchos años, es como una maratón, y que universal e históricamente las mujeres llegamos tardes. Y los afros también. Entonces a nosotros nos toca correr más que los que ya empezaron hace mucho tiempo para alcanzar esa meta.

Cartagena es una ciudad bastante cerrada históricamente. Pues bueno, yo me siento muy bendecida de que Dios me haya dado la oportunidad de ingresar a un sector que en realidad es bastante elitista. Pero se demuestra que con excelencia, con dedicación, con trabajo bueno, excelente, se pueden romper estos esquemas y se pueden lograr grandes resultados (Entrevista Zully Salazar, 2019).

La Negra Eliza. Oriunda de la Isla de Barú. No llegó a graduarse de bachiller. Es propietaria de Lizatours (Agencia operadora de turismo receptivo). Su inicio en el sector fue motivado por un hecho de racismo del cual fue víctima:

Yo un día de las balleneras fui a buscar un pasaje y nadie me quiso vender un pasaje, por racismo. Yo dije, pero por qué no me lo quieren vender, no que porque eso vale 80, no pero si yo no te he preguntado por precio, véndemelo, total es que no conseguí el pasaje. Y yo dije, yo voy a comprar una lancha, así fue... eso fue el día de las balleneras, un 10 de noviembre, apenas pasaron las fiestas me fui para Marina Santa Cruz, que el gerente era amigo mío, Carlos Gedeón, y le dije Carlos yo quiero comprar una lancha. Tú te vas a meter en negocio mija? Dije sí. Cuanto tienes

para la lancha? No tengo un peso, pero consigo. Total es que me dije: consíguete 4 millones y yo te mando a hacer la lancha. Me conseguí los 4 millones, y ahí empecé yo con mi turismo, porque yo soy una mujer diligente y comerciante y mira hasta donde me ha llevado Dios con el turismo, ya tengo 16 lanchas. Soy la propietaria de la agencia de viajes Lizatour y de la isla Lizamar. La verdad es que te digo, que la única persona afro en el gremio del turismo que ha crecido y se ha mantenido he sido yo.

En el sector turístico la mujer negra y afro no la ven en buenos ojos, los mayores empresarios de turismo no ven con buenos ojos el solo hecho de ser negra. Yo he sido víctima de discriminación. Yo tengo un sitio “uno A” para atender desde Bill Clinton hasta para el que tenga para pagar entrar a Lizamar y yo he sentido el racismo, que les llevo las propuestas (a las grandes cadenas) y no me las tocan, ni me visitan.

Yo he aportado al turismo de Cartagena con mis buenos servicios, con mi buena publicidad, apoyando al gremio de vendedores (informales) de servicios turísticos, lo apoyo con camisetas, le doy cursos (Entrevista Negra Eliza, 2019).

Merly Beltran- Guía turística y emprendedora social. Cartagenera de nacimiento. Es administradora de empresas turísticas y especialista en desarrollo social, magíster en dirección y organización de empresas turísticas de la Universidad Tecnológica de Bolívar. Actualmente es la directora de la Fundación Tu Cultura. Su incursión en el sector fue gracias a su padre, quien también se desempeñó como guía turístico.

Cuando finalicé mi once grado, siempre tenía un ideal de estudiar turismo, porque me gustaba, pero además tenía dentro de mí también un proceso de incomodidad alrededor de esa historia que se contaba. Mi papá es de Mahates, que es un pueblo cerca de Palenque, desde pequeña conocí Palenque también, me bañé en el río, conocí todo el tesoro de San Basilio, y se me hacía súper incomodo que nadie me hablara ni de Benkos Biojó ni de Pedro Romero. Entonces quise como estudiar turismo y en mi mente había un ideal de crear como rutas o algo, como muy pequeña vi rutas turísticas que mi papá hacía, pues yo crear una que hable de Pedro Romero o de Benkos Biojó. Mi papá si lo hablaba, porque él era de Mahates. Entonces su trabajo también era un poco generar esa apropiación y esa identidad cultural, con nuestros líderes afrosdescendientes.

Por eso, nuestro principal aporte desde Tu Cultura ha sido toda esta historia contada desde nuestros verdaderos héroes, Benkos Biojo y Pedro Romero. Y cómo ha partir de eso generamos reconocimiento e identidad cultural.

Yo lo que siento de Cartagena es que ellos (operadores turísticos) se mantienen en uno, monopolio, dos, confort, y todo lo que está alrededor de él vendiendo lo mismo, islas del Rosario, chivas, esa es su caja, ese es su día a día. A nosotros nos ha costado que todos metan en su discurso estos productos.

De 2008 a 2009 Tu Cultura fue una empresa con ánimo de lucro, fue una SAS. Ese año el producto no se estaba vendiendo, porque en Corpoturismo en esa época que estaba Araújo, Paola Mercado, yo fui a Corpoturismo y ellos nos dijeron, no, nosotros no trabajamos con Getsemaní, nada que ver

con Getsemaní en 2008. Fui a las agencias de viajes y decían: quien va ir a ver negros a Palenque, Getsemaní es un lugar súper peligroso, no nos parece, no nos gusta su propuesta, entonces fue un año súper fuerte que tu hubieses dicho como: no, esto no tiene viabilidad. Pero cada reunión para mí era voy a probar que esto sí es posible y que sí se va a generar realmente un desarrollo de nuevos productos turísticos para Cartagena, pero además contados desde nuestra historia Afrodescendiente (Entrevista Merly Beltran, 2019).

Líder de la Asociación de Mujeres Afrodescendientes del Caribe “Graciela Chá Inés”

desde la cual se trabaja por visibilizar el trabajo de la mujer negra, palenquera y raizal en Cartagena. Mujer palenquera de nacimiento y magíster en género, identidades y ciudadanía.

Yo creo que lo primero ha sido, organizar a las mujeres. Lo segundo, poner en la ciudad el tema de la mujer negra palenquera, darlo a valer. Pusimos sobre la mesa la discusión y el tema de la mujer negra, eso lo pusimos nosotras como organización, por el sentir nuestro, por la necesidad, por lo que sea, pero lo pusimos nosotras.

La necesidad se inicia porque las mujeres palenqueras empiezan a ser atropelladas desde todos los puntos de vista, desde el económico porque los policías empiezan a quitarles dinero, a quitarles plata por ellas estar vendiendo con la porcelana en la cabeza por toda la ciudad. Otro atropello fue la discriminación y el racismo que contra ella generaba la ciudadanía en general por ser diferente, por no hablar como el cartagenero, por hablar una lengua que en ese entonces, te estoy hablando de los años 60, era un idioma menos comprendido, en donde se empezó a decir que hablaban un castellano mal hablado.

Esos dos elementos se combinaron: la violación al derecho al trabajo y la discriminación y el racismo, como para que en los años 80, cuando ya sus hijos estaban grandes, ya teníamos un nivel educativo más avanzado los hijos de esas mujeres, entendimos que no éramos malucos, que no hablábamos feo, sino que éramos diferentes, y ahí empezó todo un proceso de reivindicación de los derechos de la mujer Palenquera como mujer negra. Entonces desde ahí empezamos a organizarlas, porque eran muy maltratadas por los gobiernos locales (Entrevista Líder Graciela Chá Inés).

Representante legal de la Asociación de peinadoras y masajistas de Cartagena.

ASOPEC. Mujer palenquera de nacimiento, bachiller académica y madre soltera, condición que la impulsó al trabajo de trenzas en las playas de Cartagena desde muy joven. Tiene 30 años ya en esa labor, en los masajes 15 años. La Asociación que representa está creada desde 2001 y agrupa a 17 organizaciones de diferentes labores: gaferos, vendedores de flotadores, vendedores de pareo, vendedores de collares, vendedores de chicha, labores desempeñadas no exclusivamente por mujeres. Las mujeres peinadoras y masajistas al interior de la organización ascienden a 50, todas afrodescendientes pero no todas palenqueras.

Somos unas mujeres echadas para adelante. Porque la mayoría de esas mujeres son madres cabeza de hogar, ahí sacan el sustento de su casa, muchas madres sacan la universidad de sus hijas, muchas madres ahí han construido su hogar, su casa y bueno, tú comprenderás que no es fácil. Porque aquí en Cartagena se ve mucho racismo. Por lo menos nosotros nos acercamos, no en el ámbito laboral, sino que vamos por lo menos en un bus o vamos en Transcaribe, y nos rozamos y se sienten como si los vamos a manchar o los vamos a ensuciar, yo lo he sentido personalmente.

Nosotras le aportamos patrimonio, cultura, porque el turismo necesita de nosotras y nosotras necesitamos del turismo. Claro, porque el turismo viene preguntado por las trenzas, viene preguntando por quién le hace un masaje.

Amo mucho mi trabajo, me gusta mi trabajo, pero a la vez es muy humillante, a veces nos toca gente muy apática, hemos aguantado de todo ahí en la playa. Yo por lo menos no me gustaría que ninguno de mis hijos viniera a trabajar aquí en la playa ni como masajista, ni como trenzadora, ni como gafero, ni como tal. No me gustaría (Entrevista Representante Legal de la Asociación de peinadoras y masajistas de Cartagena- ASOPEC, 2019).

Representante legal de la Asociación de Mujeres trabajadoras en playas de San Basilio de Palenque “ORIKA”. Mujer nacida en Palenque. Inició a los 18 años ofreciendo servicios de trenzado en las playas de Cartagena por embarazo y desempleo de compañero sentimental. Actualmente tiene 33 años de trabajar en la playa, ya no solo ofertando trenzas sino también masajes. Este trabajo le permitió licenciarse en lengua castellana.

La asociación que representa nace en 1985 para defenderse de las políticas locales que en ese momento no las dejaban trabajar libremente en el centro histórico y playas. Hoy día agrupa a 108 mujeres afro que se desempeñan como peinadoras y masajistas y 47 que se desempeñan como fruterías, todas en las playas de Cartagena.

Mi aporte podría ser, cómo ayudar a la organización, porque a través de la organización también estamos dándole un aporte a la ciudad, porque nos estamos organizando como trabajadoras informales en las playas de Bocagrande. Jugamos un papel muy importante acá en la ciudad de Cartagena, porque somos patrimonio histórico, las palenqueras, nosotras somos como las murallas de aquí de Cartagena, patrimonio histórico de la ciudad.

En los años 90, nos tocaba andar caminando ambulantes, caminábamos hasta Castillogrande, al Laguito, pero ya ahora después nos fueron sectorizando, ubicando a las que estamos organizadas a cada una por sector (Entrevista con representante legal de la Asociación de Mujeres trabajadoras en playas de San Basilio de Palenque “ORIKA”, 2019).

Los relatos aquí plasmados representan la voz de la mujer negra en el turismo de Cartagena. Y si hay que identificar una regularidad, es la subalteridad desde la que hablan, visible en lo difícil que fueron sus inicios en el turismo, en el que cuenta tanto la pobreza, como el racismo y la exclusión. Es pertinente entonces la reflexión de la historiadora Simancas, quien en entrevista afirmaba que:

Para hablar del lugar de la mujer negra hay que hablar también de la familia negra, porque la mujer negra entra dentro de un círculo familiar y habría que decir quienes tenían la oportunidad de educar a una mujer negra o a un hijo negro en un grupo familiar. Había dos vehículos de movilidad o de ascenso social para las poblaciones mulatas, negras y pardas presentes en el territorio del Caribe Colombiano: si no era el ejército era la universidad, y ambas fueron fundamentalmente masculinas.

Aun cuando ya después de 1960 empezamos a tener mayoritariamente presencia de mujeres negras y mulatas formándose en los espacios universitarios, muy tardíamente, porque es que las mujeres ingresan a estudiar en la educación superior en Colombia en 1925. Por qué hago el énfasis en la educación superior? Porque es uno de los vehículos que permitió la transformación de los núcleos familiares de las presencias negras y mulatas en Cartagena, cuando no lo hizo el ejército o cuando no lo hizo la estrategia tradicional del blanqueamiento racial, que era tratar de casarse con un hombre blanco para mejorar la raza (Entrevista Estela Simancas, 2019).

Con lo hasta aquí descrito también podemos reafirmar categóricamente la hipótesis general planteada: la mujer afro es objeto de estereotipos racializados y sexualizados que invisibilizan sus aportes en el desarrollo del sector turístico de Cartagena y la condenan a la informalidad y subalternidad.

El trabajo informal en el que se encuentran las mujeres vendedoras en las playas por ejemplo, además de exponerlas a múltiples riesgos que incluyen malos tratos y propuestas de tipo sexual, no les brinda los recursos económicos suficientes para vivir dignamente por su inexistente protección laboral y social, con lo cual les toma mucho más tiempo, por no decir se les imposibilita, generar transformaciones significativas que les permitan alguna forma de movilidad social. Instrumentos de planeación desde lo local como la Política Pública de Mujeres para la equidad de género (2008-2019) exponía la precariedad de las trabajadoras en la playa y su necesaria protección, sin embargo, el que la situación de estas mujeres hoy siga siendo la misma, evidencia el bajo impacto de la política.

Por otro lado, la prensa local y los mensajes de promoción turística tienen una gran deuda y responsabilidad para con la mujer afrodescendiente, puesto que hasta hoy no se ha podido superar la exotización que se hace de su imagen, manteniéndola publicitariamente

como objeto iconográfico que vende al turismo nacional e internacional. Y ya sabemos los riesgos que esta imagen conlleva para con la mujer en el turismo: la explotación sexual.

Conveniente o no desde la capacidad de agencia de quienes deciden libremente sacar provecho o no de su condición de mujer negra, lo cierto es que para el turismo en general siempre será más rentable y socialmente sostenible, apoyar y multiplicar experiencias como las de Fundación Tu Cultura o la Negra Eliza, en respuesta a la mercantilización del cuerpo y lo asimétrico que hoy día sigue siendo el encuentro turístico para la población local en la ciudad de Cartagena.

El caso de Zully Salazar es atípico no solo entre las aquí entrevistadas, sino en el sector turístico en la ciudad. Su carrera de éxito en el turismo, apalancada por algunos empresarios, se quedó en simple representación. Es loable toda su gestión por un turismo incluyente y socialmente sostenible mientras estuvo al frente de Corpoturismo, las exitosas campañas “*Cartagena Mía*” y la “*Muralla soy yo*”, dan cuenta de eso. Pero su liderazgo femenino y afro no le alcanzó para trabajar por la apertura del sector hacia una concepción más incluyente de la mujer negra. Y esa es una de sus deudas para con la ciudad que la acogió y le permitió crecer profesionalmente. Queda entonces la duda sobre su paso por Corpoturismo, si eso le significó o no el blanqueamiento, para poder mantenerse en un sector que históricamente ha sido liderado por la élite local.

En el otro extremo se encuentra la experiencia de la Negra Eliza, ampliamente reconocida como empresaria hecha a pulso en el sector, pero que por cuestiones de estéticas raciales y sociales, esto no le ha significado una real inclusión en el medio turístico local. Su caso demuestra que efectivamente no estamos aun en una Cartagena post-racial que le permita interlocutar en igualdad de condiciones frente a los demás actores formales del sector. Mientras, se seguirá moviendo entre el gremio de vendedores informales de servicios turísticos, lo cual puede resultar lesivo a los intereses turísticos y económicos de la ciudad.

Con este panorama, ser mujer, negra y pobre en una ciudad turística que soporta mayoritariamente su economía en este segmento, es la triple discriminación a la que se tienen que enfrentar el grueso de mujeres afro cartageneras que sobreviven de la actividad

turística. Y que algunas de ellas levantan su voz a través de diferentes organizaciones, tales como las asociaciones de mujeres trabajadoras en playa, para defender sus derechos a la inserción de una vida productiva digna en el sector y el respeto a su ancestralidad, ya que muchas de ellas son palenqueras.

El tema de fondo, es cómo el gobierno local ha atendido y atenderá las necesidades de estas mujeres, que siguen hasta hoy sobreviviendo, pero capitalizando, el turismo en la ciudad. Los miedos y prevenciones del gremio de mujeres trabajadoras en playa frente a las políticas distritales, indican que por lo menos lo hecho hasta hoy no les ha favorecido integralmente. Y su precariedad socio económica persistente es prueba de ello.

En el Distrito urge operativizar una política sectorial de turismo que termine de organizar este segmento y en la que todos los actores involucrados, formales e informales, tengan oportunidades de mejoramiento continuo, dentro del marco de las concesiones y obligaciones que también les asiste.

3.3. Buenas prácticas en emprendimientos turísticos de mujeres afro cartageneras.

Las cifras oficiales señalan que la tasa de desempleo en Cartagena cerró en 7.5% en 2019. Por género, el desempleo femenino fue superior al masculino en 2019, ubicándose en 9,2 frente a una tasa masculina de 5,1%. La tasa de informalidad también fue mayoritariamente femenina en 2019: 54,2% para las mujeres y 51,9% para los hombres (DNP, 2019). Datos que muestran una desfavorabilidad femenina, pero sin ninguna variable étnica que permita un análisis detallado de la mano de obra de la mujer afro en la ciudad.

En el ámbito local no existen estudios específicos sobre el mercado laboral con enfoque étnico y de género. Las más recientes investigaciones sobre el tema fueron realizadas por Rodríguez (2017) y Pérez (2018), el primero sobre la participación de las mujeres en las gerencias de Cartagena de Indias, y el segundo, sobre la participación de las mujeres en el mercado de trabajo de la ciudad de Cartagena. Pero ninguno tuvo en cuenta la categoría étnica en su análisis, por lo tanto, no es posible establecer si las mujeres que acceden a cargos gerenciales en la ciudad son nativas afrodescendientes o no, así como tampoco qué porcentajes de las mujeres ocupadas se auto reconocen afrodescendientes.

Lo que sí deja claro el estudio de Pérez (2018) es que el 75 % de las mujeres ocupadas formalmente en Cartagena están empleadas en los sectores de servicios, comercio, restaurantes y hoteles, ganando en promedio un 27 % menos que los hombres.

Si estos datos de carácter general se analizan frente al hecho que Cartagena es una ciudad mayoritariamente negra, así los últimos datos censales de auto reconocimiento afro indiquen que este es bajo, y que esta población vive históricamente en los sectores de mayor precariedad socioeconómica en la ciudad, entonces podríamos afirmar que las mujeres afros se enfrentan a un mercado laboral de forma desventajosa y tienen menos posibilidades de acceder a un trabajo en condiciones dignas que el resto de la población, o por lo menos les tomará más tiempo hacerlo.

Entonces, como lo hemos expresado reiteradamente, la mujer afro en Cartagena tiende a ocuparse en el ámbito de la informalidad, cuyas posibilidades en el sector turismo son varias: venta de frutas, dulces, trenzas y masajes en playas. Sin contabilizar las que muy seguramente se encuentran trabajando en emprendimientos artesanales de tipo familiar, vendiendo alimentos y bebidas en las playas de Barú, y los corregimientos de la Boquilla y Manzanillo del Mar.

Desde la formalidad, los registros disponibles en cámara de comercio sobre el segmento de hoteles y restaurantes en la ciudad no posibilitan conocer si este es creado o propiedad de una mujer afro cartagenera. Igual situación ocurre con el registro nacional de turismo. Frente a esto, y reconociendo la histórica desventaja socio-económica de la población afro en la ciudad, se hizo un mapeo en campo usando técnicas cualitativas de investigación, como el muestreo por efecto bola de nieve, para identificar por lo menos dos buenas prácticas en emprendimientos turísticos de mujeres afro cartageneras en el período de estudio 1990-2018.

Frente a esta realidad, se hizo primeramente la pesquisa en prensa local (El Universal) para tratar de identificar emprendimientos turísticos creados y liderados por mujeres afrodescendientes de Cartagena de Indias, y los resultados no fueron los más alentadores.

En el período de estudio 1990-2018 dos fueron los emprendimientos eco turísticos reseñados: en el año 2005 bajo el titular: *Ecoturismo: otra cara de Manzanillo del Mar*, se relata la experiencia de la “*Asociación Acuaturística Touresmar*”, creada por jóvenes del

corregimiento para ofertar paseos ecológicos por las zonas de manglar que conducen a la ciénaga de Juan Polo y la Boquilla. Más tarde, en 2009, saldría a la luz la experiencia del emprendimiento turístico “*Ecotours Boquilla*”, una empresa creada por un grupo de nativos de la Boquilla en 1999 y que también oferta como producto turístico, paseos por los caños y ciénagas aledañas al corregimiento de la Boquilla. Obsérvese que ambos son emprendimientos masculinos.

Sin embargo, llama la atención que ya para esas fechas, existía y estaba consolidada la empresa *Lizatours* como agencia operadora de turismo receptivo, creada y gerenciada por una mujer negra de la Isla de Barú, así como también empezaba a abrirse campo en el turismo local la *Fundación Tu Cultura* ofreciendo rutas culturales en Getsemaní y Palenque. Fundación que también fue creada y liderada por una mujer afro cartagenera, certificada como guía turística y emprendedora social. Ambas experiencias totalmente invisibles en la prensa local.

Fundación Tu Cultura es un emprendimiento que nace en 2009 para hacer rutas culturales especializadas en la memoria afro en Getsemaní y Palenque, pensada y creada por una mujer afro cartagenera durante todo el período de sus estudios técnicos y universitarios. Es un emprendimiento forjado a base de educación, como factor de movilidad social para su creadora. Aquí un poco de lo que fue el proceso de constitución de la Fundación en palabras de su gestora:

No fue fácil tomar el tema de emprendimiento, porque a uno como emprendedor, lo que más le da miedo, es perder la estabilidad económica, la incertidumbre. Y yo decidí entrar al fondo emprender con el SENA, necesitaba un trabajo, porque necesitaba ingresos, entro a una joyería, en la joyería trabajaba de 7 de la mañana hasta las 2 de la tarde y a las tres me iba para mi curso del Sena de guianza turística. Hice mi curso fondo emprender, presenté a Tu Cultura, ganamos el fondo emprender. Y en 2008 a 2009 Tu Cultura fue una empresa con ánimo de lucro, fue una SAS. Ahí en ese proceso nace Tu Cultura para hacer rutas culturales.

Terminé el curso de guía y empecé la especialización en Desarrollo Social y ahí fue cuando me dieron como una luz en temas de emprendimiento social, desarrollo social, de impacto social, de cómo el turismo se podría convertir en una estrategia para estos territorios. Entonces es cuando empiezo mi proceso como Fundación. Desde el 2009 yo cuento que nace Fundación Tú Cultura y nace para hacer las rutas culturales. Nosotros somos un emprendimiento del Ministerio de Cultura desde que nacimos.

Lo primero que hicimos estratégicamente en nuestro proceso y siempre lo hemos tenido, es una página web. Los turistas vienen desde nuestra página web, nos conectamos con redes de turismo sostenible, o sea, los turistas que vienen son turistas conscientes. Tenemos un turista entre 25- 40 -

60 años, europeos, mexicanos, canadienses, y ya lo tenemos súper segmentado, con poder adquisitivo alto. Mi turista es un turista cultural, está en otro nivel.

Tu Cultura fue mi trabajo de grado para graduarme como tecnóloga en el Colegio Mayor de Bolívar y como Administradora de Empresas Turísticas, e incluso en la especialización y en mi maestría yo seguí. Mis trabajos de investigación todos han sido sobre el desarrollo de turismo cultural sostenible para Cartagena de Indias.

A nosotros nos toca con más esfuerzo, es un trabajo ganado, desarrollado y articulado con muchas entidades. Mi primera dificultad fue encontrarme con todas estas agencias y todos estos hoteles que realmente dijeron NO al producto. Para mí que Corpoturismo me dijera no al producto, fue fuerte. Cuando llegó Zully, fue una cosa diferente, borrón y cuenta nueva.(Entrevista Merly Beltran, fundadora de Tu Cultura, 2019)

La empresa Lizatours por su parte, es una agencia operadora de turismo receptivo que nace como respuesta a la exclusión y discriminación que sintió su propietaria, cuando al intentar comprar un pasaje en lancha que la trasladara de la Isla Barú a la ciudad de Cartagena durante unas fiestas de Noviembre, este le fue negado.

La negra Eliza, como es conocida en el sector turístico, oriunda de la Isla de Barú, capitaliza entonces su emprendimiento a partir del apoyo de amigos y conocidos en el sector, pero es consciente de sus limitaciones, pues a diferencia de Tu Cultura, ella no alcanzó a culminar sus estudios de bachillerato:

Tengo 23 años en el negocio del turismo. Al principio tuve mucho obstáculo, de mi poco conocimiento, al principio yo no sabía, o sea, yo me metí en un negocio que no conocía ni había estudiado, entonces tuve muchos problemas. Pero he tenido mucha ayuda de los empresarios de aquí grande, como Carlos Londoño, que ese hombre me ha dado un apoyo total, negra te hago una lancha sin un peso para que me la exhibas y me la pagas en un año, y se la pago en meses, me hace la otra y se la pago, y así he crecido yo (Entrevista la negra Eliza, 2019).

Hoy día Lizatour es una empresa familiar, que a partir de su propia flota de lanchas, oferta paquetes turísticos que incluyen servicio de transporte, pasadías y alojamiento en la isla Lizamar y demás islas del Rosario.

Las experiencias de Lizamar y fundación Tu Cultura son significativas en tanto permiten reconocer que sí es posible vivir en y por un turismo inclusivo que reafirme sus identidades raciales y les aporte movilidad social. Efectivamente sus esfuerzos fueron el triple del que realizaría una persona blanca nacida en el seno de una familia de la élite local. A las protagonistas de estos emprendimientos, quizás eso les enorgullece y les hace

valorar aun mas sus logros. Pero tal patrón no puede ser noma. No se puede normalizar por la profunda desigualdad social que tal hecho representa.

Desde la dimensión de género, el triple esfuerzo de estas mujeres demuestra la exclusión de la que han sido objeto en el desarrollo del sector. Llama la atención que la revisión periodística sólo visibilice en el período estudiado emprendimientos afros netamente masculinos, desconociendo la representatividad de fundación Tu Cultura y Lizamar, con ya varios años de posicionamiento en la ciudad.

El caso de las Palanqueras es otro ejemplo. Ellas defienden desde los años 70 su derecho al trabajo en el centro histórico y las playas de la ciudad, y aunque hoy día son un ícono de Cartagena para el mundo, aun no hallan el camino hacia una inclusión formal y efectiva en la cadena productiva del turismo.

Refirmo entonces que esta exclusión encuentra su ancla en hechos históricos y estructurales tales como la colonización y la esclavitud, cuya carga cultural desvaloriza, desprecia y discrimina la esencia de la mujer negra, al estereotiparla y erotizar su corporalidad.

Por lo tanto, al indagar y visibilizar los aportes de la mujer afro al desarrollo del turismo de Cartagena en el período 1990-2018, estoy apuntando también al objetivo de desarrollo sostenible-ODS #5 cual es: *lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas*. Una labor que debe necesariamente incluir a los actores del gobierno local y demás institucionalidad del sector, para la construcción de una política de turismo más incluyente y sostenible frente a la mujer afro que permitan romper con el techo de cristal. Lo cual pasa por más y mejor educación de calidad, más empleo de calidad, más inclusión social, pero sobre todo, más autoreconocimiento y menos discriminación.

Para finalizar, es importante reconocer que es muy factible que existan otras experiencias como las Lizamar y fundación Tu Cultura en la ciudad. Confío que así sea. Aunque el extenso muestreo cualitativo realizado, me indica que las informales son mayoría y que a veces el matrimonio con un extranjero es el salvavidas en medio de tanta pobreza.

Hago alusión a este hecho porque en campo encontré un patrón con mucha regularidad: la creación y capitalización del negocio, sea hostel o restaurante, con los

recursos que aporta el cónyuge extranjero. Situación que abre la puerta a otras investigaciones desde la interculturalidad que tal evento trae consigo y la forma como impacta tanto en la identidad racial de las mujeres como en la actividad turística de la ciudad.

CONCLUSIONES

Analizar los aportes de la mujer afrodescendiente en el desarrollo del sector turístico de Cartagena de Indias durante el período 1990-2018, partió de un hecho fundamental, y es que la ciudad como destino turístico fue construida y sigue consolidándose a expensas de un fuerte proceso de segregación social.

Documentado está como bajo los criterios de higienización, expansión turística y belleza paisajística fueron erradicados primero, los barrios Pekín, Pueblo Nuevo y Boquetillo, que estaban ubicados a lo largo de las murallas entre el centro histórico y el mar (Carrillo et al.;2013), y posteriormente, el barrio Chambachú (Deavila;2010). Más recientemente se contabilizan el traslado del mercado público de Getsemaní para dar paso al Centro de Convenciones Julio Cesar Turbay Ayala, principal protagonista hoy del turismo de reuniones en la ciudad. El traslado de los tradicionales kioscos del muelle de Los Pegasos para abrirle paso al sistema de transporte masivo-Transcaribe en el centro histórico, y finalmente, el agudo proceso de gentrificación al que se enfrentan actualmente los barrios Getsemaní y San Diego también en el centro histórico.

El territorio insular de Cartagena no ha estado exento de esta exclusión. La masificación del turismo a partir de los años noventa se extendió a las islas de Barú y el parque nacional natural islas del Rosario, irrumpiendo primero en su territorialidad, por cuenta del fenómeno que Márquez (2019) denomina *acaparamiento* de tierras por parte de actores políticos y económicos del ámbito nacional, y segundo, en la ancestralidad de sus nativos, que hoy dependen mayoritariamente de la actividad turística para vivir.

Estos hechos cimentaron la construcción de dos ciudades. El centro histórico, donde nació la Cartagena protegida por las murallas. Y otra, la más extensa, ubicada fuera de ellas, donde se reubicaron los locales sin la infraestructura urbana, servicios públicos y sociales suficientes. Lo que posteriormente Deavila (2019) denominaría la ciudad patrimonial frente a la ciudad de los derechos.

Se argumenta entonces que tras esta exclusión histórica, es la población local, mayoritariamente pobre y afrodescendiente, la que se va a insertar en el sector turístico de

manera desigual y residual, desempeñando las labores menos calificadas que se extienden desde lo formal, en servicios generales (aseadores(as), cocineros(as), meseros(as), jardineros(as)) y guías turísticos, hasta la oferta de servicios informales de masajes, trenzas y venta de frutas y dulces.

De hecho, los principales hitos en el desarrollo del sector turístico de Cartagena en el período 1990-2018 invisibilizaron los aportes de la mujer afro. La revisión historiográfica reveló que la mujer ha estado presente en el desarrollo del sector turismo de Cartagena desde los años 90, pero específicamente la mujer blanca, educada y privilegiada, para quien el acceso a cargos directivos en el sector no le ha sido esquivo.

Así, se encontró que fueron 6 las mujeres que estuvieron dirigiendo la extinta empresa promotora de turismo-Proturismo en los 90. Al frente de la Sociedad de Mejoras Públicas- SMP, estuvieron tres mujeres en el período de estudio. Como gerentes de la extinta oficina seccional de la Corporación Nacional de Turismo en la ciudad estuvieron dos mujeres, y del también extinto Fondo Mixto de Promoción Turística estuvieron otras dos mujeres. Además de aquellas que estuvieron al frente de importantes hoteles en la ciudad como el Hotel Caribe y las que hasta hoy destacan en los gremios hoteleros. Con la regularidad que todas son mujeres blancas, parte activa de la elite cartagenera.

Para el período de estudio Zully Salazar Fuentes es la única mujer afro – y no cartagenera-que ha logrado escalar al nivel directivo en el sector, gerenciando Corpoturismo desde 2012 hasta 2018. Su caso es atípico. El liderazgo femenino y afro no le alcanzó para trabajar por la apertura del sector hacia una concepción más incluyente de la mujer negra que nos permitiera hablar hoy de una Cartagena turística post-racial. Su paso por Corpoturismo actuó más como una política de representación momentánea, apalancada por un sector empresarial, que en nada impactó el techo de cristal de las mujeres negras en un sector cerrado y elitizado en la ciudad.

Así las cosas, desde la perspectiva de género es válido cuestionarse el papel de la mujer afro y no afro que ha llegado al nivel directivo del sector turístico de Cartagena. Las evidencias muestran que han estado y siguen presentes, aunque mayoritariamente mujeres pertenecientes a la élite política y social de la ciudad. Sin embargo, frente a las actuales circunstancias de discriminación racial palpables en el sector, podría afirmarse que el papel

directivo de estas mujeres en vez de generar rupturas, ha perpetuado el modelo clasista y excluyente que caracteriza el desarrollo de la Cartagena turística.

La historiografía y las voces escuchadas de empresarios, académicos(as) locales y mujeres afro del sector, permiten reafirmar que el turismo en la ciudad creció con poca planificación y una fuerte presencia de la élite local, apoyada por el gobierno nacional de turno. Bajo un modelo de desarrollo colonial que reproduce hasta hoy día relaciones de subordinación y exotización de las corporalidades negras, y que los gremios, empresarios y demás actores del sector se han encargado de perpetuar. Se podría decir entonces que esta colonialidad del poder (Quijano;2000) legitimó, a partir de la conquista, una estructura racista y sexista de la sociedad local cartagenera.

Este estudio de caso así lo confirma. En términos de rol y aportes de la mujer negra al desarrollo turístico de Cartagena se identificaron dos visiones desde lo subalterno, la mujer afro sometida a la informalidad de la cadena productiva del turismo, donde se ubica la palenquera, al igual que aquella dedicada a la producción y venta de fritos y dulces, bailadoras en bodas, masajistas o peinadoras en playa. Y la mujer afro como objeto de promoción turística, incluyendo aquí a la icónica palenquera y a aquellas cuya representación estética (erotizada y exotizada) las lleva a la mercantilización de su cuerpo en el turismo.

Por lo tanto, y en virtud de su capacidad de agencia, la mujer negra sigue estando activa, resistiendo y capitalizando el turismo en Cartagena, tratando de sacarle provecho, pero mayoritariamente desde una posición de inferioridad, como formas de incorporarse a los beneficios del desarrollo turístico en situaciones totalmente desventajosas. Sosteniendo entonces que los encuentros turísticos en la ciudad, son encuentros siempre racializados, leídos desde la colonialidad del poder y sometidos a la subalternidad.

Hechos históricos y estructurales tales como la colonización y la esclavitud hacen que el ser mujer negra sea una situación desvalorizada, despreciada y muchas veces objeto de discriminación. En efecto, los dos emprendimientos turísticos creados por mujeres afro en el período de estudio y aquí reseñados, dieron cuenta de este rechazo en su proceso de creación. La empresa *Lizatours* como agencia operadora de turismo receptivo, creada y gerenciada por una mujer negra de la isla de Barú, y *Fundación Tu Cultura* también creada

y liderada por una mujer afro cartagenera, que ofrece rutas culturales en Getsemaní y Palenque. Ambas experiencias fueron totalmente invisibles en la prensa local.

En este escenario, el techo de cristal al que se enfrentan las mujeres negras en el turismo, tiene componentes estructurales, referidos a las deficiencias en la garantía de derechos básicos (salud, educación, alimentación, etc.), así como un componente de esquemas raciales y sociales sobre el lugar que la gente (empresarios/as del sector) cree debe ocupar la mujer en razón a su color de piel. Este es el principal reto para dar el salto de un modelo colonial, a un modelo de desarrollo turístico incluyente y sostenible en la ciudad, que permita una efectiva movilidad social para este grupo poblacional en general.

En el ámbito de la gobernanza turística, hay que destacar la presencia de los actores públicos y privados en el impulso de este sector, que se sella con la creación de Corpoturismo. No obstante, y para los propósitos aquí expresados, en términos de un turismo incluyente, sostenible y organizado, se requiere que esta entidad pase de la promoción a la actuación sancionatoria. Del uso de las corporalidades negras como producto de promoción turística, a la construcción de la Cartagena turística con ellas.

RECOMENDACIONES

De acuerdo a los hallazgos aquí presentados, y con el propósito de aportar a la construcción de una Cartagena post-racial, incluyente y sostenible turísticamente, se esbozan las siguientes recomendaciones:

- Es necesario visibilizar la feminización de la pobreza en la ciudad y el sector turístico en particular, desde una perspectiva étnica, como línea base de futuras políticas sectoriales. Cartagena adolece de observatorios que construyan y reporten cifras oficiales confiables que sirvan tanto para orientación de políticas públicas como para la academia local.

En este sentido, variables transversales como pertenencia etnia, género y la implementación de instrumentos como las encuestas de uso del tiempo que permitan cuantificar la cantidad de trabajo remunerando y no remunerado de la mujer cartagenera y afro en particular, son vitales para hacer un análisis profundo de indicadores clave como la tasa de ocupación laboral, desempleo e informalidad en la ciudad.

Así mismo, es importante que instrumentos como el registro nacional de turismo-RNT y demás registros que se hacen ante cámaras de comercio para el sector, incorporen la variable étnica. Esto ayudaría a identificar los reales beneficios económicos con efectos de inclusión para esta población.

- Con respecto a los planes sectoriales de turismo, su efectiva implementación en Cartagena debe reflejarse en la organización de este segmento en la que todos los actores involucrados, formales e informales, tengan oportunidades de mejoramiento continuo, dentro del marco de las concesiones y obligaciones que también les asiste.

Es claro que para esto se requiere tanto del gobierno nacional como el distrital. El primero a través de una mejor socialización y consulta previa con el nativo local, de macro proyectos como el de protección costera, necesarios para la ciudad pero de gran impacto socio económico en el local, caso vendedores nativos en playas,

masajistas y peinadoras. El esfuerzo presupuestal que la formalización de estos actores implica, debe contar con financiación nacional y distrital.

Desde el ámbito distrital, la política sectorial requiere de manera urgente un plan de ordenamiento territorial-POT moderno que supere la visión segregacionista con la que se ha venido haciendo históricamente la distribución socio-espacial del territorio. El POT que hoy día está vigente en la ciudad data del año 2001, el cual no está recogiendo el crecimiento de la ciudad durante los últimos 15 años, y ha permitido desastres urbanísticos de amplio conocimiento nacional como lo son el edificio Aquarela a escasos metros del castillo San Felipe de Barajas y la caída del edificio Quiroz.

- Corpoturismo, como la entidad constituida por el sector público y privado en la gerencia del sector, debe implementar procesos de selección de su gerente por meritocracia que respete tanto ley de cuotas como de pertenencia étnica. Además de comprometerse por una gestión de promoción turística que humanice a la población afro local y reconozca e incluya todos los emprendimientos legalmente constituidos por esta población, con el mismo compromiso que actúa frente a los grandes operadores del sector.

A corto plazo, es importante que Corpoturismo asuma competencias sancionatorias para un mayor control y organización del segmento turístico en la ciudad.

- Una última recomendación tiene que ver con la necesaria inversión en campañas desde el sector educativo y cultural, que permitan reafirmar las identidades negras y de esta manera impactar las cifras de auto reconocimiento afro en la ciudad. En la medida en que se eduque desde la inclusión, se enseña a la valoración de la historia negra local y la construcción de identidades afros que reconozcan y acepten pasados compartidos para la construcción de futuros inclusivos.

En ese orden, no solo se requieren cátedras de etnoeducación en las instituciones educativas, sino la incorporación de la historia negra local como eje transversal en los currículos, que permita desmontar aquellos estereotipos que reducen a la población afro a una simple expresión cultural.

También sería de gran valor, la implementación de observatorios anti-discriminación racial, como instancias que cuantifiquen el racismo en la ciudad y abanderen campañas de inclusión racial con el apoyo del gobierno distrital.

Estas recomendaciones no tienen sentido, si la población afrocolombiana sigue sumida en las otras dimensiones de su exclusión: la económica, educativa y social. Por lo tanto, la superación de la pobreza extrema de este grupo poblacional, debe ser compromiso continuo de los dirigentes locales a través de los planes de desarrollo territorial. De tal manera que más mujeres afro cartageneras puedan tener acceso a una educación de calidad que a futuro les permita aspirar a cargos directivos y gerenciales en el sector turístico de la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias (2016). Plan de Desarrollo Primero la Gente 2016-2019. Anexo 6: *Plan Sectorial de Turismo*. Recuperado de: <http://sigob.cartagena.gov.co/Pd2016/Anexo%206%20Plan%20Sectorial%20de%20Turismo.pdf>
- Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias. (2012). *Política pública con enfoque diferencial "inclusión real para la población afrocolombiana, negra, palenquera y raizal en el Distrito de Cartagena de Indias"*.
- Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias. (2009). “*Cartageneras en pleno goce de nuestros derechos*”. Política pública de mujeres para la equidad de género en el Distrito de Cartagena de Indias 2008-2019
- Ayala G., J. y Meisel R., A. (2016). *La Exclusión en los tiempos del auge: el caso de Cartagena*. Banco de la Republica-CEER Cartagena.
- Beltrán Paredes, S. (junio 2012). Vendedora. Más allá de la cocada, caballito y enyucao: la mujer palenquera en Cartagena en la segunda mitad del siglo XX. *Unicarta*. Revista de la Universidad de Cartagena. N°110, p.32-39. Recuperado de: <http://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/412/110.pdf%20pag.32.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Benítez Rojo, A. (1998). *La isla que se repite*. Premio Casa de las Américas. Editorial Casiopea. La Habana.
- Bonder Gloria, (1998) Género y subjetividad: avatares de una relación no evidente. En: *Genero y Epistemología: Mujeres y disciplinas*. Programa Interdisciplinario de Estudios de Género (PIEG), Universidad de Chile.
- Canavate, D. L. (2010). Negras, palenqueras y afrocartageneras. Construyendo un lugar contra la exclusión y la discriminación. *Reflexión política*, Vol. 12, N°23. Pag.152-166.
- Campbell, E. (2003). *Pobreza y exclusión de los pueblos y mujeres afrodescendientes: el impacto económico del racismo y sexismo sobre las mujeres afrodescendientes de América Latina y el Caribe*. Reunión de expertas de la CEPAL para la construcción de indicadores de género en el análisis de la pobreza, La Paz, Bolivia, 23-25 de septiembre. Recuperado de: http://www.africafundacion.org/IMG/pdf/pobreza_exclusion_mujeres_afrodescendientes.pdf
- Cantillo, A.Y. (Diciembre 2009). *Patricia Restrepo, una mujer Caribe*. El Universal. Disponible en: <http://www.eluniversal.com.co/suplementos/facetas/patricia-restrepo-una-mujer-caribe>

- Carrillo R. H., Cabarcas C. G., Vargas H. A., y Puello P. Y. (2013). El desarrollo de la actividad turística en Cartagena de Indias: implicaciones sociales y urbanas: 1943 – 1978. En: *Palobra* N°13. Universidad de Cartagena.
- Centro de Pensamiento Turístico de Colombia – CPTUR. (2019). *Índice de competitividad turística regional de Colombia*. Ciudades capitales y municipios con vocación turística 2019. Recuperado de: <https://cptur.org/publicaciones/WY1JVgF5v6ArxSW>
- Cohen, E. (2005). Principales Tendencias en el Turismo Contemporáneo. *Política y sociedad*, 42(1). Universidad Complutense de Madrid, España. Pp.11-24.
- Cotelo A. S., Herrera P. M., & Alarcón A. (2016). Enfoque de género y políticas públicas. Una propuesta para el turismo en el destino Jardines del Rey - Cuba. *Turismo Y Sociedad*, 18, 79-97. DOI <https://doi.org/10.18601/01207555.n18.05>
- Cunin E. (2003) *Identidades a Flor de Piel. Lo 'negro' entre apariencias y pertenencias: mestizaje y categorías raciales en Cartagena (Colombia)*. IFEA-ICANH-Uniandes-Observatorio del Caribe Colombiano, Bogotá, p.367 Recuperado de: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00291675/document>
- Cunin E. y Rinaudo C. (2005). Las murallas de Cartagena entre patrimonio, turismo y desarrollo urbano. El papel de la Sociedad de Mejoras Públicas. En: *Memorias. Revista digital de Historia y Arqueología del Caribe*, Año 2 Vol. 2. Uninorte, Barranquilla. Recuperado de: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/233-565-1-PB%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/233-565-1-PB%20(2).pdf)
- Curiel, O. (2007). Los aportes de las afrodescendientes a la teoría y la práctica feminista: desuniversalizando el sujeto “mujeres”, *Periles del feminismo iberoamericano*, (III), 2-32 Recuperado de: http://interamericanos.itam.mx/documentos/Feminismo_negro.
- Chakravorty S., G., & Giraldo, S. (2003). ¿Puede hablar el subalterno? *Revista Colombiana de Antropología*, 39, 297-364. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1050/105018181010.pdf>
- Corporación Turismo Cartagena de Indias. (2019). *Corporación Turismo Cartagena de Indias*. Recuperado de: <http://www.cartagenadeindias.travel/?la=es&corporacion-institucional>
- Deavila P. O. (2019). *The Battle for Paradise: Tourism Development, Race, and Popular Politics during the Remaking of Cartagena (Colombia), 1942-1984*. University of Connecticut. Tesis doctoral.
- Deavila P. O. (2014). Las otras caras del paraíso: veinte años en la historiografía del turismo en el Caribe, 1993 - 2013. *Memorias. Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe*, (23), 76-95. Recuperada de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85532558005>
- Deavila P. O. (Octubre 2010). Políticas urbanas, turismo y exclusión social en Cartagena durante la segunda mitad del siglo XX. En *XXXIII Encuentro RNIU independencia, democracia y procesos urbanos, Barranquilla*. Recuperado de

http://www.rniu.buap.mx/enc/pdf/xxxiii_m1_.pdf

Departamento Nacional de Estadísticas- DANE (Noviembre 6 de 2019). *Población negra, afrocolombiana, raizal y palenquera*. Resultados del censo nacional de población y vivienda 2018. Recuperado de: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/presentacion-grupos-eticos-poblacion-NARP-2019.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE (2019). *Reporte trimestre móvil Mercado Laboral de Octubre-Diciembre 2019*. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#2019>

Departamento Nacional de Planeación-DNP (2019). *Mercado laboral urbano – resultados 2019: Cartagena*. Dirección de estudios económicos. Recuperado de: <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Estudios%20Economicos/Informe%20Cartagena%202019.pdf>

Durán C. A. (abril de 2009) Gobernanza en los Parques Nacionales Naturales colombianos: reflexiones a partir del caso de la comunidad Orika y su participación en la conservación del Parque Nacional Natural Corales del Rosario y San Bernardo. *Revista de Estudios Sociales* No. 32, 60-73.

El Espectador (11 Septiembre de 2018). *Las vueltas de la “Madame”*. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/noticias/investigacion/las-vueltas-de-la-madame-articulo-811626>

El Universal (noviembre 2013) *Cartagena de Indias es el mejor destino de bodas de América del Sur*. Recuperado de: <https://www.eluniversal.com.co/cartagena/cartagena-de-indias-es-el-mejor-destino-de-bodas-de-america-del-sur-143241-HREU233026>

El Universal (enero 1990). *Desarrollo turístico de Cartagena*. Columna de Opinión. Recuperada de archivo físico de El Universal.

El Universal (julio 2017). *¿Imagen que nos encaden al pasado?*. Recuperado de: <https://www.eluniversal.com.co/suplementos/facetitas/imagen-que-nos-encadena-al-pasado-256796-CVEU368291>

El Universal (septiembre 2018). *Retos para el turismo*. Recuperado de: <https://www.eluniversal.com.co/opinion/columna/retos-para-el-turismo-15163-HUEU405299>

Escobar A., Beltrán M. y Bonza E. (2017). El potencial de los activos culturales asociados con la actividad turística como factor de desarrollo local en el barrio Getsemaní, Cartagena de Indias. *Turismo y Sociedad*, XXI, pp. 107-143. Recuperado de: <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/5176/6325>

Escribá M. A. (2016). Subalternidad y prácticas feministas en América Latina: 47ª sesión de la Comisión sobre Población y Desarrollo. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)*, 1(4). DOI:

<http://dx.doi.org/10.15304/ricd.1.4.3301>

- Estrada J. A.M., Polo E. L., Pérez V. G. y Hahn de C. L. (2016). Caracterización *del mercado laboral en el sector hotelero de Cartagena y las principales áreas metropolitanas*. Documentos de trabajo sobre economía regional N° 242. Banco de la República – Sucursal Cartagena. Recuperado de: http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/dtser_242.pdf
- Escuela Taller Cartagena de Indias- ETCAR y Ministerio de Cultura (marzo 2018). Documento técnico de soporte, Diagnóstico Tomo I, de la Resolución 1560 del 22 de mayo de 2018, “Por la cual se aprueba el PEMP del Cordón Amurallado y el Castillo de San Felipe de Barajas, ubicados en Cartagena de Indias”. Recuperado de: <https://drive.google.com/file/d/1sy6gDDQWlm-LQ9FVvk-5vFGp1VV4gOUYj/view>
- Financiera de desarrollo territorial (FINDETER) y Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2016) *Diagnóstico Cartagena de Cartagena de Indias*. Programa de Ciudades Sostenibles y Competitivas.
- Forero M. N.C. (2015) Turismo sexual: síntoma de la mercantilización de la vida humana. *Cuadernos intercambio sobre Centroamérica y el Caribe*. VOL. 12 NÚM. 1 : nuevos retos y nuevas rutas en Centroamérica y el Caribe p.73-95 Universidad de Costa Rica. DOI 10.15517/C.A..V12I1.19296
- Fortificaciones Cartagena. (2017). *Baluartes destruidos entre 1883 y 1924*. Recuperado de: <http://fortificacionescartagena.com/es/destination/baluartes-destruidos-entre-1883-y-1924/>
- García De León, A. (2002) El Mar de los encuentros, un mediterráneo Americano. En: *El Mar de los deseos. El caribe hispanomusical Historia y contrapunteo*. Siglo XXI editores, Quintana Roo México. P19-55
- Hiernaux, D. (2002) Turismo e imaginarios. En: *imaginarios sociales y turismo sostenible. Cuaderno de Ciencias Sociales 123*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Pp.7-35
- Márquez, A. I. P. (2019). Acaparamiento de territorios marinos y costeros: dos casos de estudio en el Caribe colombiano. *Revista Colombiana de Antropología*, 55(1), 119-152 DOI: <https://doi.org/10.22380/2539472X.573>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo –MinCIT. (2019). *Perfiles económicos Departamentales*. Recuperado de: <http://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/perfiles-economicos-por-departamentos/perfiles-economicos-por-departamentos/bolivar/oe-mpr-perfil-departamental-bolivar-19nov19.pdf.aspx>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo –MinCIT. (2019). *Informe turismo Enero-diciembre de 2019*. Recuperado de: <http://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e->

informes/informes-de-turismo/2019/diciembre/oe-turismo-enero-diciembre-12-03-2020.pdf.aspx

Ministerio de Comercio Industria y Turismo –MinCIT. (2018). *Plan Sectorial de Turismo 2018-2022. Turismo: el propósito que nos une*. Recuperado de: <http://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo –MinCIT y FONTUR, (2015). *Caracterización del perfil económico, social y ocupacional de las guías de turismo de la ciudad de Cartagena*. <http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Publicaciones&id=36331>

Moreno A. D. (2014). El camino del turismo con igualdad El caso de Cartagena de Indias, Colombia. En *Memorias* N° 23. Pp. 26-51. Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia. DOI <http://dx.doi.org/10.14482/memor.23.6383>

Moreno F. M. (2001). El Ingenio. Barcelona. Editorial Crítica. Citado por: Deavila Pertuz, O. (2014). Las otras caras del paraíso: veinte años en la historiografía del turismo en el Caribe, 1993 - 2013. *Memorias*. Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe, (23), 76-95. Recuperada de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85532558005>

Oficina de estudios económicos- Ministerio de Comercio Industria y Turismo –MinCIT. (Diciembre de 2017) *Boletín mensual turismo*. Disponible en: http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=83252&name=OEE_JR_Turismo_Diciembre__07-02-2018.pdf&prefijo=file

Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres) (2013). *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo 2010*. Madrid, España. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284414789>

Osorio, M. (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. *Quivera* vol. 8, núm. 1, Facultad de Turismo de la Universidad Autónoma del Estado de México. Toluca, México. pp. 291-314

Pantojas García, E. (2013). El auge de "las industrias del pecado" Turismo y desarrollo económico en el Caribe. *Tareas*, núm. 145, septiembre-diciembre, 2013, pp. 5-37 Centro de Estudios Latinoamericanos "Justo Arosemena" Panamá. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=535055519002>

Padilla Díaz, K. (2008). Apuntes sobre migraciones internas e identidad Caribe: Caso del turismo y cruceros en Cartagena. *Memorias: revista digital de historia y arqueología desde El Caribe*, 9 (5), 86-93. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/855/85550907.pdf>

Pérez Fuentes, D. (2018). *Las mujeres en el mercado de trabajo de la ciudad de Cartagena. ¿Cuáles son las barreras y qué podemos hacer?* Cartagena. Fenalco. Disponible:

https://www.fenalcobolivar.com/sites/default/files/las_mujeres_en_el_mercado_de_trabajo_de_la_ciudad_de_cartagena_cuales_son_las_barreras_y_que_podemos_hacer.pdf

Quintero, P., y Bernal, C. (2005). La competitividad Turística en Cartagena de Indias: Análisis del destino y posicionamiento del mercado. En: *Serie de estudios sobre la competitividad en Cartagena* No.4. Colombia.

Quijano A. (2000). La colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina. En: *La Colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas*. Edgardo Lander. Editor-CLACSO.

Pérez Hoyos, Ó. I., & Romero, M. C. (2016). *Metodología para la elaboración de estudios de caso en responsabilidad social*. [e-book]. Universidad Externado de Colombia.

Pérez, A. & Riccardi, D. (2019). La mujer afrodescendiente frente al fascismo del apartheid social en Cartagena de Indias: ¿esperanzas para el cambio en un contexto de histórica discriminación? *Memorias: Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe colombiano* (mayo-agosto), 162-185. <http://dx.doi.org/10.14482/memor.38.986.112>

Rodríguez L. M. (2017). *Mujeres en las gerencias de Cartagena de Indias. Traspasando el techo de cristal*. Editorial universitaria. Universidad de Cartagena.

Salazar, Noel (2006). Antropología del turismo en países en desarrollo: análisis crítico de las culturas, poderes e identidades generadas por el turismo. En: *Revista Tábula Rasa*, Bogotá, Colombia, No 5 julio- diciembre 2006. Pp 99-128. Recuperado de <http://revistatabularasa.org/numero-5/salazar.pdf>

Santamaría Alvarado, A. P. (2018). *Turistización y Segregación en la Ciudad Latinoamericana: El Caso de Cartagena de Indias, Colombia*. Recuperado de: <https://dspace.unila.edu.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/4331/TURISTIZACION%20Y%20SEGREGACION%20EN%20LA%20CIUDAD%20LATINOAMERICANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sociedad de Mejoras Públicas de Cartagena (2011). *Sociedad de Mejoras Públicas de Cartagena. Experiencia y testimonio en la administración de las fortificaciones de Cartagena de Indias*. Recuperado de: <http://www.smpcartagena.org/images/historia/2016-historia-sociedad-de-mejoras-publicas-de-cartagena.pdf>

Sociedad Portuaria Regional de Cartagena- SPRC (2019). *Cruceros, piezas clave en el turismo de Cartagena 2018-2019*. Recuperado de: <https://www.puertocartagena.com/es/cruceros-piezas-clave-en-el-turismo-de-cartagena-2018-2019>

SITUR-Bolívar. (2018) *Medición caracterización de la industria turística desde la perspectiva de la oferta y su impacto en la generación de empleo*. Cuarto trimestre

de 2018. Recuperado de:
<http://www.siturbolivar.com/upload/publications/documents/20190514150513000000Informe%20Oferta%20y%20empleo%20Trimestre%204%20-%202018.pdf>

ANEXO 1.

Mujeres en el sector turismo de Cartagena de Indias según prensa local 1990-2018

AÑO	MUJERES EN EL TURISMO
1990	<p>Directoras de la Empresa Promotora de Turismo-Proturismo: CLAUDIA FADUL y MARÍA DEL ROSARIO YACAMAN.</p> <p>Directora SMP : MARÍA MOGOLLÓN DE PUPO</p> <p>Desarrollo Turístico de Cartagena. Columna de ADELINA COVO.</p>
1991	<p>MARIA DEL ROSARIO YACAMAN, directora de la Empresa Promotora de Turismo-Proturismo</p> <p>SARA MARCELA BOZZI- gerente de la Oficina seccional de la Corporación Nacional de Turismo</p> <p>Especial publicitario de Hotel Residencias Bocagrande en sus 35 años de funcionar en Cartagena, gerenciado por una mujer Paisa, CRISTINA CASTAÑO.</p>
1992	<p>MARYS PARDO GUZMAN- jefe de playas de la Empresa Promotora de Turismo.</p> <p>SOCORRO RODRIGUEZ DE PUCCINI – gerente de la oficina seccional de la Corporación Nacional de Turismo -CNT en Cartagena</p> <p>COLOMBIA VILLAMIL- nueva gerente de la Empresa Promotora de Turismo – Proturism.</p>
1993	<p>Reubican a Palanqueras. La oficina de economía informal decidió organizarlas en la plaza de la Carnicería, junto al edificio Nacional. <i>“El nuevo lugar de trabajo será dotado de elementos especiales para facilitar su labor y embellecer el sitio. El proyecto consiste en que las palanqueras ofrezca las frutas en un sector donde no obstaculicen el paso peatonal”.</i></p> <p>Las Palanqueras tienen un lugar en la historia. <i>“Ellas son el primer contacto humano que tiene el turista con la cultura cartagenera”.</i></p> <p>CARMEN OTERO DE MILLAN. Directora del Fondo Mixto de Promoción Turística.</p>
1994	<p>ZILLAH MENDEZ- gerente de Proturismo.</p> <p>Ordenan Maquillar cara de Cartagena. Arreglo total de los frentes de los inmuebles en el centro y la matuna ordenó mediante decreto la alcaldesa menor de la zona norte, CATALINA SEBASTIERI VERGARA, ante la próxima Cumbre de Presidentes de Iberoamérica que se efectuará en el mes de junio en la ciudad. <i>“Siendo Cartagena de Indias un Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad, los ciudadanos deben esforzarse para brindar a los ilustres visitantes una imagen esplendorosa, que refleje el carácter de sus habitantes”.</i> El decreto contempla multas de hasta 200 salarios mínimos legales para quienes incumplan lo ordenado.</p> <p>El festival de Música Caribe busca su reina. Como antesala a la décima tercera versión del Festival de Música del Caribe, se realiza por primera vez el concurso</p>

	<p>“<i>MORENA DEL CARIBE</i>” para exaltar los valores y atributos físicos de la mujer morena del Caribe colombiano.</p>
1995	<p>CLAUDIA SAN CLEMENTE DUARTE- Directora ejecutiva de la SMP</p> <p>MARIA VICTORIA MALDONADO- Gerente de Proturismo</p> <p>MARIA ALEXANDRA DE POMBO PINZON – Nombrada directora de Fondo Mixto se Promoción Turística de Cartagena.</p>
1997	<p>JUDITH PINEDO FLOREZ, será la única mujer que entrará, a partir del 1 de Enero de 1998, al recinto Concejo de Cartagena.</p> <p>MARIA FERNANDA VALENCIA- Cartagenera, Primera viceministra de Turismo.</p>
1998	<p>MERCEDES ROSALES DE VILLEGAS- directora Proturismo.</p> <p>Condecorada la “Madrina del Patrimonio”. JAQUIE STROUSS DE SAMPER considerada como madrina del Patrimonio Histórico de Cartagena fue condecorada por la alcaldía, por su gestión desplegada a favor de la protección, conservación y restauración del patrimonio cultural de la ciudad.</p> <p>EVELIA MARGARITA DE EMILIANI – directora del nuevo Teatro Adolfo Mejía.</p> <p>Hotel Caribe, 55 años de Historia. Sector turístico Mejorará. Según PATRICIA RESTREPO MORALES gerente del Hotel Caribe.</p>
1999	<p>Una vida no muy dulce. Doña CRUZ VILLERO, la vendedora más vieja del Portal de los dulces.</p> <p>MERCEDES ROSALES DE VILLEGAS. La nueva cara de las Fiestas. “<i>Se le reconoce como la persona que rescató y le dio un buen nombre al reinado popular de las Fiestas del 11 de Noviembre. A ese evento le ha colocado, alma, vida y corazón</i>”</p> <p>GINA BENEDETTI DE VÉLEZ. Una mujer llega a la alcaldía de Cartagena. Designada por presidencia de la Republica como alcaldesa interina, mientras dura la ausencia del Alcalde titular, Nicolas Curi Vergara.</p>
2000	<p>Por bolardos en Bocagrande: PEINADORAS de trenzas con los pelos de punta. La ubicación de bolardos para delimitar la zona donde debe permanecer la economía informal en las playas de Bocagrande, ha causado contrariedad entre el grupo de peinadoras, quienes alegan, que debido a esta medida, no puede ejercer su oficio libremente.</p> <p>CLAUDIA FADUL presidenta SMP.</p> <p>PATRICIA RESTREPO, una Hotelera a puro Pulso. Gerente del Hotel Caribe desde 1983.</p> <p>Candidatas en el Sociedad Portuaria. Belleza para impulsar el Turismo. Las</p>

	<p>candidatas reconocieron la importancia del Turismo de Cruceros y manifestaron que la próxima señorita Colombia debe apoyar esta actividad en puertos como el de Cartagena.</p> <p>PALENQUERAS ya están uniformadas. La alcaldía de Cartagena entregó 50 uniformes a igual número de palenqueras con la finalidad de darles la identidad que se merecen y de que se mantengan bien presentadas. <i>“La alcaldía se ha interesado en ellas porque forman parte de los sectores turísticos más importantes de la ciudad y ya se ha vuelto una tradición popular verlas en las playas”</i> afirma funcionario de la Consejería Distrital de Turismo.</p>
2001	<p>MERCEDES ROSALES DE VILLEGAS- El alma del reinado popular en los últimos diez años, desde 1991.</p> <p>Se elige la primera Señorita Colombia negra: Vanesa Alexandra Mendoza del chocó. Especial de periodístico titula <i>“Una Cenicienta Real”</i>.</p>
2003	<p>ARACELY “CHICA” MORALES LÓPEZ preside Corporación Centro Histórico .</p> <p>JEIMY PAOLA VARGAS, mujer negra, del barrio Canapote, es elegida Virreina nacional de la belleza.</p>
2004	<p>PIEDAD PÉREZ PORTO. Una artesana de alma y corazón.</p> <p>CARMEN OTERO DE MILLAN vendedora de Cartagena. Especial revista viernes.</p> <p>Proponen a mujer PALEQUERA como patrimonio cultural del Distrito de Cartagena. Motiva esta iniciativa las pésimas condiciones laborales, habitacionales y de salud que sufren estas mujeres, entre las que se cuentan las vendedoras de frutas, de dulces, peinadoras y masajistas que opera en las playas de Bocagrande y el Laguito. Estas mujeres, según los proponentes- un grupo de organizaciones afrodescendientes: <i>“son vistas como objetos de diversión sexual o musical, subvalorando su condición humana y su enorme potencial intelectual, social, económico y cultural en la sociedad”</i>.</p>
2005	<p>MAYITO: la Palenquera de oro. Reportaje especial sobre María Isabel López, vendedora de frutas, imagen de la ciudad en eventos y cumbres, así como de piezas publicitarias con Gef. <i>“Mi presencia en la cumbres, que se lo debo a Fabian de la Espriella, Merce Villegas y Alcira Morales, tiene como propósito mostrarles el cariño del Caribe, para que estos ilustres visitantes se lleven una imagen linda de la ciudad, el país y su gente ”</i></p> <p>ASTRID TORRES. Una mujer que defendió con pasión las fiestas de la Independencia de Cartagena. Primero desde la fundación Gimani Cultural (1990-2001) y de 2001 a 2003 estuvo en la coordinación de las fiestas de la independencia del 11 de Noviembre, Fiestas de la Candelaria y Festival del pastel. Falleció en marzo de 2004. <i>“estaba motivada por el trabajo cultural en la periferia y mantenía un estrecho contacto con grupos y creadores”</i></p>
2007	<p>LAS MUJERES DE CARTAGENA SON MÁS BERRACAS QUE LOS</p>

	<p>HOMBRES. Así lo expresa el investigador Ricardo Chica Gelis en su libro sobre las fritangueras “El cocinar en los sectores populares de Cartagena”. Afirma Chica : <i>“ las mujeres que fritan representan también al ciudadano perdedor dentro de este sistema de exclusión de cosas que nosotros hemos aceptado. Son mujeres, negras, pobres, desempleadas y muchas veces madres solteras, personas que están literalmente en la calle, dando una batalla por sobrevivir”</i></p> <p>ZULLY SALAZAR. Proveedora de sueños. Reportaje especial en revista Viernes sobre Zully Salazar, directora de promoción y mercadeo de la Corporación de Turismo <i>“en turismo se venden sueños”</i> afirma.</p> <p>Primera mujer electa como alcalde de Cartagena para el periodo 2008-2011: JUDITH PINEDO FLÓREZ.</p>
2008	<p>MARIA CRISTINA PIMIENTO – directora de Proexport Cartagena.</p> <p>MARIA DE LOS ANGELES BARRAZA- Comprometida con Cartagena. Reportaje especial en revista Viernes sobre la directora de la Corporación de Turismo, quien asumió el cargo en junio.</p> <p>Cartagena siempre nos hace quedar bien. Según NUBIA STELLA MARTÍNEZ, la dama del Turismo (barranquillera). Vicepresidenta de turismo de Proexport. <i>“Definitivamente Cartagena tiene que mejorar su competitividad y en el caso de los cruceros, las líneas tienen peticiones concretas: arreglo de calles, mejor manejo de ventas ambulantes, corregir los excesos de taxistas y guías de turismo, arreglo del acceso a La Popa y bilingüismo entre los prestadores de servicios turísticos”</i>.</p> <p>Políticas turísticas solo en el papel. MARTHA LUCÍA NOGUERA, la dama de la Hotelería. Presidenta de la junta directiva nacional de Cotelco, esta barranquillera, considera que <i>“Cartagena ha construido un plan estratégico en turismo, pero hay acciones que están en el papel. El turismo es el destino, la gente viene por Cartagena, donde hay hoteles y hay una oferta, pero la ciudad tiene elementos que dejan mucho que desear. Deterioro de la malla vial, la economía informal, y más que eso, el acoso de la economía informal... Otro elemento negativo son las basuras. No hemos logrado mejoras”</i></p> <p>Logros y retos del turismo. El balance de MARIA DE LOS ANGELES BARRAZA, directora de Corpoturismo. Identifica tres falencias de la ciudad como destino turístico: “uno, las Playas, hoy no podemos promocionar a la ciudad como destino de sol y playa por el desorden existentes en las playas. Dos, el acoso de los vendedores ambulantes y tres, la recuperación del espacio público.”</p>
2009	<p>FADIA MORAD AMIN- directora del Cartagena de Indias Convention and Bureau –CICAVB encargada de vender a Cartagena como destino de congresos, convenciones y ferias.</p> <p>PATRICIA RESTREPO. Una mujer Caribe. Gerente del primer hotel en Cartagena.</p>
2011	<p>DOREY CÁRCAMO, Directora Ejecutiva de Asotelca</p> <p>MÓNICA MASS, dinámica y de retos. Directora Cotelco, la Asociación Hotelera de Colombia, desde 2004.</p>

	<p>Para JACQUELINE LOZADA RENGINFO, con más de 20 años ejerciendo su labor como guía turística en la ciudad, éste es un paso para la profesionalización de una las actividades que más le genera divisas a la ciudad y al país. <i>“Ya pasamos de técnicos a tecnólogos, ahora con este título estamos dándole un estatus al servicio que ofrecemos en la ciudad con calidad”</i>, dijo la mujer de 42 años.</p>
2012	<p>Se separó del cargo a la Directora de Mercadeo, PAOLA MORDECAI, a raíz del escándalo desatado nacionalmente por una supuesta publicidad “racista” que se utilizó en el Congreso de Agencias de Turismo realizado en Bogotá: <i>“Es inaudito e increíble que este tipo de situaciones se presenten en mi gobierno, teniendo en cuenta que soy un alcalde afro y que en mi administración hay varios secretarios de despacho y directores de institutos que son de raza negra”</i>, dijo tajantemente Terán Dix.</p> <p>PAOLA MORDECAI, nueva gerente general de Citysightseeing Colombia.</p> <p>Oficializan a ZULLY SALAZAR como nueva presidenta de Corpoturismo.</p> <p>ZULLY SALAZAR trabajará por un “turismo incluyente” en Cartagena. <i>“Mi gestión será incluyente, innovadora y ambiciosa”</i>.</p> <p>ZULLY SALAZAR, viviendo el reto de Cartagena. Describe el turismo como “la industria de la felicidad”.</p>
2013	<p>Recuperar las Islas del Rosario, que hoy presentan un franco estado de deterioro ambiental y físico de las edificaciones allí existentes, fue la solicitud que hizo la presidenta del capítulo local de COTELCO, MARTHA LUCÍA NOGUERA, al Gobierno Nacional.</p> <p>Cartagena, puerto ideal para el desarrollo industrial y turístico: Giaimo. <i>“el 36% de las personas que tomaron cruceros el año pasado visitaron el Caribe. Y Cartagena, por estar en esta zona, se convierte en un destino predilecto del Caribe, y al llegar los cruceros, cada turista realiza una dinámica económica que beneficia al comercio, al transporte público, a los guías, artesanos entre otros”</i> dijo la ex viceministra de Minas y Energía de Colombia, SILVANA GIAIMO CHÁVEZ, en la III Cumbre de Mundial de Alcaldes y Mandatarios Afrodescendientes.</p> <p>MARTHA LUCÍA NOGUERA, una apuesta por Cartagena. Barranquillera. Hace 20 años llegó a Cartagena, antes había trabajado con la Corporación Nacional de Turismo, que en su momento fue la entidad encargada del turismo en Colombia, también estuvo con la cadena Hilton, entre otros, actualmente gerencia el Hotel Capilla del Mar y es Presidente de la Junta Directiva del Capítulo Cartagena de Cotelco.</p> <p>60 MUJERES SE GRADÚAN COMO CONDUCTORAS Y SE AGREMIAN. La prestación de transporte de servicio público ya no es exclusivo de hombres, pues 60 mujeres de cartagena se agremiaron y conformaron la primera Cooperativa de Mujeres al Volante (COOMUJERVOI).</p> <p>Sector turístico firmó acuerdo para luchar contra la explotación sexual. <i>“con la firma de este acuerdo de voluntades se ratifica el compromiso y trabajo articulado</i></p>

	<p><i>que hay entre la Corporación Turismo Cartagena de Indias, la Alcaldía Mayor, lo gremios turísticos, la policía y la Fundación Renacer para salvaguardar a nuestras niñas, niños y adolescentes de la exploración sexual comercial, por ello estamos alineados para no recibir a aquellos turistas que quieren vulnerar los derechos de nuestra niñez y adolescencia. Aquí estos viajeros o personas no son bienvenidos. Todos somos una muralla en protección" ZULLY SALAZAR FUENTES, presidente ejecutiva de la Corporación Turismo Cartagena de Indias.</i></p>
2014	<p>¿A dónde va el turismo? “La intensidad con la que muchos prestadores de servicios abordan a sus clientes, así como la falta de respeto por el descanso de los visitantes, generó una actitud de rechazo en los turistas, quienes en muchos casos optan por preferir la lectura de un libro en una piscina privada que una caminata en la playa. Accidentes reportados por el uso irresponsable de elementos acuáticos, tarifas cobradas de más en taxis, mala manipulación de alimentos, entre otras, son cada día más frecuentes” columna de MARTHA LUCÍA NOGUERA.</p> <p><i>"Cartagena de Indias está siendo elegida como destino ideal para bodas y luna de miel por muchas parejas alrededor del mundo. La majestuosidad de sus iglesias, conventos, lo pintoresco de sus plazas y baluartes la hacen el destino más idóneo para realizar bodas de ensueño. A partir de la fecha abrimos una nueva categoría para nuestros miembros asociados y no asociados, bodas. Categoría que nos permite seguir promoviendo a nuestra bella ciudad como destino mundial para la realización de eventos.”, comenta MARÍA CLARA FACIOLINCE, Directora Ejecutiva del Cartagena de Indias Convention & Visitors Bureau.</i></p>
2015	<p>La ciudad participará en uno de los eventos de mayor importancia a nivel mundial que se realiza en Nueva York, EE.UU. Se trata del Showroom de Bodas de Martha Stewart. <i>“Es muy importante para la ciudad estar invitados a este evento internacional porque valora el trabajo que hemos venido realizando todos estos años al posicionar Cartagena como uno de los mejores destinos de bodas en el mundo”</i>, expresó CARMEN OTERO, directora de Mercadeo y Ventas del Hotel Sofitel Legend Santa Clara, afiliado de Cotelco, capítulo Cartagena.</p> <p>Retrato de una palenquera de carne y hueso. ÁNGELA MARÍA OSPINA MIRANDA es la representación de la mítica imagen de las mujeres de San Basilio de Palenque, ha sido retratada innumerables veces a lo largo de su vida.</p> <p>ZULLY SALAZAR, entre las 15 mujeres líderes del turismo colombiano. Según Reportur, una publicación especializada en turismo con presencia en México, Argentina y otros países de Latinoamérica. Sus aportes a la industria de viajes y turismo la llevaron a ser incluida en esta publicación, en la que resaltan el trabajo que viene realizando enfocado en la inclusión de la población cartagenera para generar sentido de pertenencia hacia los valores culturales, históricos y patrimoniales de la ciudad.</p> <p>Más hoteles, más conectividad. <i>“si, como lo ha dicho el Gobierno Nacional, queremos que el turismo sea cada vez mas un motor de desarrollo de la economía y de la generación de empleo, debemos avanzar hacia establecer políticas de cielos abiertos y de aprobar quintas libertades aéreas que permitan incrementar el número de viajeros al país”</i>. Columna de ZULLY SALAZAR FUENTES.</p>

	<p>ZULLY SALAZAR, presidenta de Corpoturismo, nominada a Afrocolombianos 2015.</p> <p>“Logramos ser un destino más competitivo”: Corpoturismo. ZULLY SALAZAR enumeró 12 resultados que este año apalancaron a Cartagena de Indias como destino turístico: 1. Disminución de la tasa aeroportuaria. 2. Conectividad. 3. Certificación del centro histórico. 4. “La Muralla ¡Soy Yo!”. 5. Conductores capacitados. 6. Señalización turística y ordenamiento de playas. 7. Muelle de La Bodeguita. 8. \$17 mil millones gestionados. 9. Cartagena fue escogida por TripAdvisor como el segundo destino emergente del mundo. 10. Baterías de baño en el Castillo de San Felipe. 11 Promocion .12 Hace seis meses Corpoturismo creó el servicio Lost and Found, que se presta a través de los Puntos de Información Turística (PIT) de la ciudad.</p>
2016	<p>Apuesta por descentralizar el turismo en Cartagena. <i>“Si tuviéramos la capacidad de descomprimir el turismo del Centro y Bocagrande, armando estas famosas rutas a la periferia, que las tienen en muchos destinos del mundo, podríamos descentralizar el turismo en la ciudad. Por ejemplo, se le ofrecería al turista un circuito que incluya visitas al centro histórico, luego a conocer la gastronomía típica en el barrio El Socorro y luego visitar un sitio de interés en Pie de La Popa. Con esto, además de fortalecer el reconocimiento de nuestra cultura e identidad, se tendría la posibilidad de desconcentrar el Centro y Bocagrande, porque fue solo allí a donde llegaron los turistas de fin de año”</i>, agrega la Presidenta de Corpoturismo ZULLY SALAZAR.</p> <p>“Con la firma del Acuerdo de Paz entre el Gobierno y las Farc en el patio de banderas del Centro de Convenciones Julio Cesar Turbay Ayala, Cartagena confirma su vocación como sede alterna del Gobierno y como anfitriona en el país de los más importantes eventos mundiales y continentales”. ZULLY SALAZAR. Presidenta de Corpoturismo.</p>
2017	<p>ESTELA SIMANCAS: "En Cartagena no es fácil ser mujer y negra". A la mujer negra le toca hacer el triple del esfuerzo que haría una mujer blanca para demostrar que está capacitada para asumir un cargo directivo.</p> <p>La lucha de la mujer afrocartagenera. Según las investigaciones de Simancas Mendoza, las afro cartageneras siguen siendo víctimas de doble discriminación, pues deben enfrentar el machismo, por un lado; y el racismo por el otro. A lo anterior cabe agregar los fenómenos de erotización, exotización y etnización que reducen a la afrocartagenera a un ornamento del paisaje caribeño, con el turismo sexual a bordo, muchas veces patrocinado por algunas familias afrodescendientes, quienes aspiran a que sus hijas se dejen “conquistar” por extranjeros, para hacerle el esguince a la exclusión y a la falta de mejores oportunidades de progresar.</p> <p>ANGÉLICA REBOLLEDO, tras la huella Afro. Angélica Rebolledo Pájaro es una afrocolombiana empoderada de su cultura y su patrimonio. Es una economista que se esforzó y pudo relacionar su profesión con su verdadera pasión. “La labor social me ayudó a comprender cuál era mi rol en la sociedad”, asegura. “Todo esto me hizo ver que aún siendo economista sí se puede hablar de turismo cultural, y me encamino a hacer rutas turísticas con contenido en diáspora africana y desde ahí empieza todo el proceso de autoreconocimiento, a trabajar con San Basilio de Palenque (asesorando a varias organizaciones) y posteriormente a desarrollar rutas</p>

	<p>aquí, en Cartagena”. <i>“Nosotros como patrimonio afrocolombiano hemos crecido de una manera diferente a lo que es el patrimonio africano como tal, y el proyecto Circuito Afro, que lidero ahora, busca llevar esa herencia a su raíz, a África, para que se den cuenta de cómo nosotros lo hemos cuidado, lo hemos preservado... y mostrar lo que estamos haciendo para que África se sienta orgullosa de nosotros como sus descendientes”</i>.</p> <p>Turismo sostenible: retos. Columna de NETTY CONSUELO HUERTAS C. Directora académica de la maestría en Dirección de Empresas y Organizaciones Turísticas UTB.</p> <p>¿Imagen que nos encadena al pasado? <i>“Yo no trabajaría como mulata en una boda porque eso es una representación del esclavismo, es revivir lo que pasaba en la Colonia. Realmente, no creo que quienes lo hagan se sientan cómodos y sé que hay muchos que lo hacen y ni siquiera saben lo que significa”</i>, comenta otra joven afro y bailarina cartagenera, sobre el “SERVICIO” DE “MULATAS” PARA BODAS en La Heroica, que incluso puede encontrarse en Internet. <i>“No está sustentado históricamente que pusieran a las mujeres negras a hacer una corte, una fila, para recibir a quienes se casaban. Son inventos recientes pero que usan el símbolo de la esclavitud”</i>, asegura el historiador e investigador Javier Ortiz Cassiani.</p>
2018	<p>Abren inscripciones en carreras del sector turismo para mujeres bachilleres. La Fundación FHES abrió las inscripciones para la carrera técnica de Atención al Huésped con Énfasis en Hotelería hasta el 22 de enero del año en curso, programa académico que cuenta con un plan becario destinado a mujeres jóvenes bachilleres de los estratos sociales 1 y 2 de Cartagena. La Fundación brinda a sus estudiantes la posibilidad de lograr un trabajo inmediato al concluir los estudios, mediante alianzas estratégicas que mantiene vigentes con el sector hotelero y turístico de la ciudad.</p> <p>Las PALENQUERAS no mantenemos ningún marido.</p> <p>A través de la metodología Destination Netx, representantes del sector privado y del sector público buscan unificar la imagen de la ciudad para posicionarla y trazar objetivos en materia de mercadeo y promoción. La presidenta de la Corporación Turismo Cartagena de Indias, ZULLY SALAZAR FUENTES, explicó la importancia de esta iniciativa. <i>“Nosotros hoy no podemos salir a decir que la ciudad no tiene un trabajo y una estrategia de turismo porque los resultados están hablando por sí solos. Pero es probable que ha sido fruto de un trabajo no tan metódico y es precisamente esta metodología que nos va a ayudar y que se va a convertir en un instrumento para que estratégicamente sector público y sector privado se sumen para que el resultado final sea más visitantes llegando a Cartagena, más inversionistas instalándose en la ciudad y un recurso unificado de todos los voceros”</i>.</p> <p>Las cosas por su nombre. Columna de ZULLY SALAZAR. <i>“Nuestros menores no están en venta y debemos llamar las cosas por su nombre. El “turismo sexual” no es un producto turístico aquí ni en ningún país del mundo. Hay turismo religioso, ecoturismo, turismo gastronómico o de sol y playa. En vez de turismo sexual, persiste un delito cometido por delincuentes, la versión moderna de esclavitud y explotación, y debe ser castigado con las más duras condenas.”</i></p>

	<p>Retos para el turismo. Columna de MARÍA CLAUDIA PÁEZ MALLARINO en el mes de Octubre. Reto 1: definir el tipo de turista que queremos. Reto 2: Formalización y especialización en el servicio, que pasa por un tema de libre competencia y respeto a la labor de los empresarios. Reto 3: trabajo en equipo, optimizar los recursos a través de apuestas conjuntas hace la diferencia y multiplica los esfuerzos.</p> <p>ZULLY SALAZAR FUENTES fue nombrada como nueva gerente de Fontur.</p> <p>Más de 40 mujeres eran obligadas a prestar servicios sexuales en Cartagena.</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Archivo periódico El Universal 1990-2018